RAPPORT DE RECHERCHE

APPUI DES ORGANISATIONS PHILANTHROPIQUES À LA PRODUCTION DE LOGEMENTS ABORDABLES

SÉRIE SUR LE LOGEMENT ABORDABLE ET LE FINANCEMENT DE L'HABITATION

SCHL CMHC

AU COEUR DE L'HABITATION
Canada

SCHL—Au cœur de l'habitation

La Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) est au cœur de l'habitation. Toutes ses activités visent à aider les Canadiens et les Canadiennes à vivre dans un logement sûr à tout point de vue.

À titre d'organisme national responsable du logement, la SCHL joue un rôle important dans le secteur canadien de l'habitation. Elle propose de nouvelles façons de financer l'achat des maisons. Elle favorise l'innovation dans le domaine de la technologie et de la conception des habitations. Grâce à son assurance prêt hypothécaire, elle aide les Canadiens et les Canadiennes à réaliser leur rêve et à posséder leur propre maison.

Les Canadiens et les Canadiennes tirent avantage de la collaboration de la SCHL avec ses partenaires des secteurs public, privé et sans but lucratif en vue d'améliorer la qualité et l'accessibilité des logements et de faire en sorte qu'ils soient plus abordables, partout au pays.

L'aide accordée par la SCHL permet aux ménages à faible revenu, aux aînés, aux personnes handicapées et aux Autochtones de vivre dans des logements convenables et abordables. La SCHL crée des emplois pour les Canadiens et les Canadiennes dans le domaine des produits et services en aidant le secteur de l'habitation à exporter ses connaissances et ses compétences dans d'autres pays.

Les recherches de pointe effectuées par la SCHL améliorent la qualité des logements et font en sorte que ceux-ci soient plus abordables. Afin d'aider les Canadiens et les Canadiennes à tirer profit de son savoir-faire dans le domaine de l'habitation et à prendre des décisions éclairées, la SCHL est devenue le plus important éditeur canadien de publications portant sur le logement. Elle possède également la collection la plus complète de documents sur l'habitat.

Les Canadiens et les Canadiennes peuvent avoir facilement accès à nos informations par l'entremise des points de vente et des bureaux régionaux de la SCHL.

Vous pouvez aussi communiquer avec nous par téléphone :
1 800 668-2642 [à l'extérieur du Canada : (613) 748-2003]
ou par télécopieur : (613) 748-4069.
Pour nous joindre en direct, visitez notre page d'accueil à l'adresse suivante : www.cmhc-schl.gc.ca

La Société canadienne d'hypothèques et de logement appuie la politique du gouvernement fédéral sur l'accès à l'information pour les personnes handicapées. Si vous désirez obtenir la présente publication en des médias substituts, composez le 1 800 668-2642.

Appui des organisations philanthropiques à la production de logements abordables

Rapport final

Société canadienne d'hypothèques et de logement

Juin 2000

Préparé par :
Manifest Communications Inc.

En collaboration avec

Steve Pomeroy, Focus Consulting, Ottawa
et François Lagarde, Montréal

La SCHL offre de nombreux renseignements relatifs à l'habitation. Pour plus d'information, veuillez composer le 1 800 668-2642 ou visitez notre site Web : www.cmhc-schl.gc.ca

This publication is also available in English under the title: Philanthrophic Support For Affordable Housing, PE 0436

Cette recherche a été financée (en partie) par la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL).
La qualité rédactionnelle de ce rapport, son contenu et les opinions qui y sont émises sont de l'auteur (des auteurs). La SCHL ne saurait en assumer la responsabilité et se dégage de toute obligation relativement aux conséquences résultant de l'utilisation que le lecteur pourrait faire des renseignements, des matériaux ou des techniques qui y sont décrits.

Données de catalogage avant publication (Canada)

Vedette principale au titre :
Appui des organisations philanthropiques à la production de logements abordables : rapport final

Publ. aussi en anglais sous le titre : Philanthropic support for affordable housing.

Comprend des références bibliographiques.

ISBN 0-660-96416-3
No de cat. NH15-370/2000F

1. Logement social — Canada — Finances.
2. Pauvres — Logement — Canada — Finances.
3. Fondations — Canada.
4. Sociétés — Dons de charité — Canada.
5. Collecte de fonds — Canada.
I. Manifest Communications Inc
II. Pomeroy, Steve, 1958.
III. Lagarde, François.
IV. Société canadienne d'hypothèques et de logement.

HD7288.78C3P34 2000 363.5'9'086942'0971 C00-980424-2

©2000 Société canadienne d'hypothèques et de logement.
Tous droits réservés. La reproduction, le stockage dans un système de recherche documentaire ou la transmission d'un extrait quelconque de cet ouvrage, par quelque procédé que ce soit, tant électronique que mécanique, par photocopie, enregistrement ou autre moyen sont interdits sans l'autorisation préalable écrite de la Société canadienne d'hypothèques et de logement. Sans que ne soit limitée la généralité de ce qui précède, il est de plus interdit de traduire un extrait de cet ouvrage dans toute autre langue sans l'autorisation préalable écrite de la Société canadienne d'hypothèques et de logement.

Imprimé au Canada
Réalisation : SCHL

Sommaire

Le présent rapport donne aux organismes de production de logements abordables un aperçu général des activités du secteur philanthropique ainsi que des renseignements sur la façon d'amener ce secteur à contribuer à leurs projets. La préparation de ce rapport poursuivait deux objectifs. Il s'agissait premièrement de mieux faire connaître le secteur philanthropique aux organismes qui produisent des logements abordables, de diffuser les « pratiques exemplaires » mises en œuvre partout au Canada et de fournir de l'information documentaire ainsi que des conseils pratiques afin d'aider ces organismes à évaluer la possibilité d'organiser des campagnes de financement et à comprendre les étapes nécessaires à l'organisation d'activités de financement fructueuses. Deuxièmement, il s'agissait de relever d'autres initiatives qui pourraient être entreprises en vue de favoriser l'appui du secteur philanthropique à la production de logements abordables.

La première partie du rapport présente aux organismes de production de logements abordables une analyse détaillée de la situation. Cette analyse comprend un aperçu général des aspects financiers de la production de logements abordables au Canada, un examen du secteur caritatif et philanthropique ainsi qu'un coup d'œil sur les répercussions fiscales des dons faits aux œuvres de bienfaisance et aux organismes sans but lucratif. La deuxième partie du rapport intitulée *Orientation*, cherche à aider les décideurs politiques et les organismes de production de logements abordables en leur indiquant une autre façon d'aborder le problème en faisant appel à la fois à des initiatives sociales à grande échelle et à une programmation locale.

Le rapport comprend également quatre annexes qui fournissent des renseignements plus détaillés à l'intention des organismes de production de logements abordables. On y trouvera : 16 études de cas montrant comment ces organismes ont réussi à obtenir l'appui du secteur philanthropique pour leurs projets (annexe I); un survol des mesures à prendre pour assurer le succès d'une campagne de financement (annexe II); les diverses étapes à suivre pour une campagne de financement fructueuse (annexe III); ainsi qu'un examen d'une nouvelle tendance importante dans le secteur de la philanthropie soit le don par anticipation (annexe IV).

Les nombreuses variations régionales empêchent de proposer une solution d'application générale, mais les recherches effectuées et les études de cas indiquent que les organismes de production de logements abordables doivent réunir un certain nombre d'éléments essentiels reliés les uns aux autres pour pouvoir obtenir le financement nécessaire. Ils doivent notamment accroître leur visibilité au sein de la collectivité, démontrer le lien entre le problème social qu'ils cherchent à résoudre et la collectivité, obtenir la participation d'un personnel et de bénévoles motivés, constituer des partenariats avec des entreprises et cibler diverses sources de financement. Enfin, les études de cas montrent que la persévérance est essentielle et que les organismes doivent être réalistes quant à la période de temps nécessaire pour lever les fonds nécessaires à la production de logements abordables.

Tel qu'indiqué d'un bout à l'autre du rapport, le défi à relever pour obtenir l'appui des organismes philanthropiques est de taille. L'étendue du problème et les caractéristiques du secteur philanthropique varient énormément d'un bout à l'autre du pays et il n'existe donc pas de solution d'application générale. Le présent rapport n'est qu'une première étape. Il faudra ensuite mettre en lumière les problèmes et les défis particuliers qui se présentent au niveau régional puis mettre au point et diffuser les outils et la formation dont les organismes de chaque région auront besoin.

Résumé

En 1998, la SCHL a chargé Manifest Communications Inc. d'entreprendre une étude de l'appui des organismes philanthropiques à la production de logements abordables au Canada afin d'aider les constructeurs sans but lucratif à obtenir un financement pour leurs projets. Ce rapport présente les résultats de cette étude.

Les principaux objectifs de l'étude étaient les suivants :

- Fournir aux organismes qui participent à la production de logements abordables des renseignements sur la façon d'obtenir une contribution du secteur philanthropique. Il s'agissait de leur faire comprendre comment obtenir un appui financier en leur présentant un certain nombre de « pratiques exemplaires » mises en œuvre un peu partout au Canada et en leur fournissant des outils pratiques pour les aider à évaluer le potentiel des campagnes de financement et à comprendre les étapes à suivre pour assurer le succès de ces campagnes;
- Aider à mettre au point de nouvelles initiatives pour amener les organismes philanthropiques à donner leur appui à la production de logements abordables.

Pour répondre aux objectifs de l'étude, la méthodologie de recherche comprenait trois activités interreliées : l'examen et l'analyse de la documentation pertinente et des données secondaires; la réalisation de 16 études de cas qui illustrent comment les organismes de production de logements abordables ont pu obtenir des sociétés philanthropiques l'appui financier nécessaire à la production d'ensembles résidentiels et des discussions avec trois des principaux spécialistes canadiens en matière d'activités de financement.

Principales conclusions

Nos recherches ont révélé que trois catégories de projets de production de logements abordables sont réalisées avec succès au Canada. Pour chaque catégorie, l'appui financier du secteur philanthropique a été important, mais non pas exclusif.

1. Communautés d'intérêt — Les projets qui répondent aux besoins de logement d'une communauté d'intérêt particulière telle qu'une petite collectivité rurale ou une congrégation religieuse.
2. Circonstances particulières — Les projets réalisables en raison d'un ou plusieurs éléments uniques qui font des campagnes de financement un moyen viable d'obtenir des revenus à petite échelle, d'étaler le financement à long terme, d'obtenir une contribution sous la forme de travail ou de dons en nature.
3. Enjeu social ou besoins d'un groupe de la population — Logements abordables répondant à un problème social ou aux besoins d'un certain groupe de la population : résidences pour personnes âgées, hospices pour victimes du sida, logements pour malades mentaux pour ne citer que quelques exemples.

Les nombreuses variations régionales empêchent de trouver une solution d'application générale, mais d'après les recherches, les organismes de production de logements abordables doivent réunir un certain nombre d'éléments essentiels pour assurer le financement de leurs projets. Voici un résumé des principales conclusions de l'analyse de la situation, des études de cas et des entrevues avec des spécialistes des campagnes de financement.

101-02169/

✓ Sensibiliser le public

Afin d'influencer les donateurs potentiels, il faut mettre davantage en lumière l'enjeu que représente l'abordabilité du logement et aider le public à mieux comprendre le problème et à s'y intéresser.

Les organismes sans but lucratif ont davantage de crédibilité que les gouvernements ou les sociétés pour augmenter la visibilité d'un problème social important et obtenir ainsi le soutien du secteur philanthropique, un financement du gouvernement et un appui non financier. En attirant l'attention, les organismes de production de logements abordables pourront offrir une valeur de commercialisation concrète à leurs partenaires du secteur privé et du secteur public, ce qui augmentera le nombre et l'importance des commandites, des dons et des subventions.

✓ Bâtir un capital social

Les grandes sociétés, les fondations et autres donateurs cherchent à appuyer des projets qui peuvent démontrer leur capacité à bâtir un « capital social » en trouvant des solutions à long terme pour résoudre des problèmes urgents (p.ex., les besoins des personnes âgées). De plus, les bénévoles qui participent aux campagnes de financement sont motivés par des projets qui apportent une solution à certains problèmes sociaux. La question du logement abordable et les campagnes pour la construction d'habitations ne sont pas très prioritaires aux yeux des principaux donateurs.

De plus, s'ils ne se limitent pas aux logements abordables et intègrent dans leurs projets d'autres questions sociales connexes, les organismes de production de logements abordables peuvent avoir accès à un éventail plus vaste de subventions gouvernementales. Il est souvent plus facile d'obtenir des fonds pour des projets de construction de logements abordables qui cherchent à résoudre des problèmes jugés prioritaires par les autorités locales et provinciales.

Enfin, les projets qui comprennent une composante de formation et d'éducation peuvent obtenir des fonds gouvernementaux auxquels ils ne seraient pas admissibles autrement.

✓ Établir des relations

La plupart des initiatives de logements abordables qui sont menées à bien sont dirigées par une personne dévouée qui possède la détermination, l'enthousiasme et la crédibilité nécessaires pour motiver les bénévoles et mobiliser des appuis.

La participation de bénévoles influents de l'entreprise privée et de la collectivité est essentielle pour assurer le succès des grandes campagnes de financement. Il est possible de nouer de bonnes relations avec des bénévoles et donateurs potentiels en donnant à ces derniers la possibilité de participer à toutes les phases du projet et en leur démontrant son intérêt social.

La participation de personnalités de la politique et du spectacle peut renforcer la crédibilité du projet et attirer d'autres leaders communautaires influents qui peuvent être des donateurs potentiels.

✓ Former des partenariats

Invariablement, l'ampleur des grands projets de logements abordables exige des partenariats réunissant le secteur public, le secteur privé et le secteur bénévole.

Les partenariats qui donnent les meilleurs résultats servent les intérêts de tous et répondent aux nombreux besoins de tous les groupes intéressés.

L'appui que les sociétés apporteront au logement abordable est directement proportionnel à la mesure dans laquelle cet enjeu s'intègre stratégiquement dans leur programme commercial et social et à l'importance qu'il revêt pour leur marché ou leur clientèle.

De plus, pour obtenir une aide importante d'une société nationale, il faut bien comprendre les principaux partenaires commerciaux de la société au niveau local (détaillants, distributeurs, franchisés, etc.) et créer des programmes et des avantages qui valoriseront ces relations.

Les organismes sans but lucratif nationaux peuvent fournir un soutien intermédiaire (programmes, formation, infrastructure et aide au démarrage) qui facilitera les campagnes de financement et les programmes d'activités au niveau communautaire local.

En travaillant avec d'autres organismes communautaires, il est possible d'accroître la visibilité du logement abordable et des besoins de logement des sans-abri.

✓ Unir la collectivité

Les projets qui répondent aux besoins de logements abordables et aux besoins sociaux d'une collectivité rurale éloignée, de certains groupes ethnoculturels ou d'une congrégation religieuse obtiendront sans doute l'appui des membres de la collectivité.

Dans les petites collectivités, les campagnes auprès de la population locale représentent un moyen important de lever des fonds et de mobiliser des appuis pour des projets considérés comme un nouvel atout pour la collectivité.

✓ Amasser des fonds et organiser des activités de financement

Il est essentiel de faire appel à diverses sources de financement, y compris le gouvernement, pour assurer le succès de la plupart des projets de production de logements abordables. Les subventions gouvernementales et le financement de contrepartie permettent d'aller chercher les contributions philanthropiques de la collectivité.

Une association avec un partenaire du secteur des services financiers peut également susciter des contributions financières. De plus, certaines institutions financières pourraient songer à accorder un financement hypothécaire à un taux d'intérêt privilégié (en dessous du taux du marché) si le projet correspond aux priorités de leur programme philanthropique.

Dans certaines collectivités où la valeur des immeubles est très faible et la revente peu probable, les propriétaires peuvent être désireux de céder leur immeuble contre un reçu donnant droit à une déduction d'impôt. De plus, les membres d'une collectivités seront peut-être prêts à accorder des garanties financières personnelles pour aider un organisme à obtenir un financement d'autres sources.

Les dons de services gratuits peuvent être aussi précieux que des dons en espèces. La collectivité peut accorder son appui sous la forme de dons non financiers, de matériaux et de fournitures qui réduiront les coûts de construction. De plus, le travail bénévole gratuit peut représenter une valeur importante.

Pour augmenter l'appui du secteur philanthropique, les organismes ont besoin d'une infrastructure administrative comprenant au moins un personnel formé et expérimenté, des locaux et l'accès

à la technologie de l'information. De plus, pour assurer le financement de projets importants il faut, la plupart du temps, recourir à des consultants rémunérés.

✓ Être réaliste

La persévérance est essentielle, surtout en ce qui a trait à des projets importants — même les organismes de bienfaisance établis qui ont formé des liens étroits avec des dirigeants d'entreprises et des dirigeants communautaires influents doivent être réalistes quant au temps nécessaire pour amasser des sommes importantes.

Orientation de futures recherches

Le présent rapport constitue une première étape. À titre de suivi, l'équipe de recherche recommande la mise en œuvre des initiatives connexes suivantes :

- détermination d'enjeux et de défis régionaux spécifiques au moyen d'une série de réunions ou d'ateliers avec des organismes de production de logements abordables et des donateurs philanthropiques; et

- mise au point et diffusion d'outils et de formation pour répondre aux besoins régionaux afin d'obtenir l'appui des organisations philanthropiques pour la production de logements abordables.

Remerciements

L'équipe de recherche tient à remercier le directeur de projet de la SCHL, David Metzak et les membres du comité directeur pour l'aide et les conseils qu'ils lui ont apportés lors de la préparation de ce rapport.

Nous sommes également reconnaissants aux nombreux représentants des organismes sans but lucratif et caritatifs qui nous ont fourni de précieux renseignements sur la production de logements abordables et les autres enjeux sociaux à léchelle canadienne. Nous apprécions également les précieux conseils que nous avons reçus de trois des principaux spécialistes canadiens des campagnes de financement. Jean Crawford (présidente, Crawford Consulting), Karen Wilson (vice-présidente, Ketchum Fundraising Counsel) et Steve Woeller (directeur du développement, Hamilton Health Sciences Centre).

Cette étude a été réalisée pour le compte de la Société canadienne d'hypothèques et de logement, mais son analyse et ses recommandations sont celles des consultants et ne reflètent pas nécessairement les opinions de la Société canadienne d'hypothèques et de logement.

Introduction

La pénurie de logements abordables présente un pressant intérêt à l'heure actuelle au Canada. Le besoin de logements abordables augmente au moment même où les gouvernements sont moins en mesure de faire face au problème étant donné la nécessité de limiter leurs dépenses budgétaires.

La Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) a déjà fait un premier pas pour aider les organismes de production de logements abordables en mettant sur pied le Centre canadien de partenariats publics-privés dans l'habitation (CCPPPH). Le Centre aide les organismes sans but lucratif à créer des partenariats avec le secteur privé pour la production de logements abordables. Néanmoins, pour remédier à la pénurie de logements abordables, il faut obtenir une aide financière plus importante de sources non gouvernementales.

Les organismes sans but lucratif à la recherche d'un financement du secteur privé pour produire des logements abordables ont d'importants défis à relever, car la plupart d'entre eux n'ont ni les connaissances ni l'expérience requises pour solliciter la contribution des particuliers, des sociétés et des fondations. Ces divers donateurs ne considèrent pas encore le logement abordable comme une priorité pour leur aide financière.

En 1998, la SCHL a chargé Manifest Communications Inc. d'entreprendre une étude sur l'appui que le secteur philanthropique apporte à la production de logements abordables au Canada de façon à aider les constructeurs sans but lucratif à trouver des fonds pour construire des logements.

Les résultats de cette étude sont présentés dans les pages qui suivent.

L'étude visait essentiellement à :

- fournir aux organisations qui produisent ou qui appuient la production de logements abordables des renseignements sur la façon d'obtenir la contribution du secteur philanthropique. Le but visé est de fournir à ces organismes un aperçu général des moyens à prendre pour obtenir le soutien financier du secteur philanthropique en présentant 16 études de cas montrant comment des fournisseurs de logements abordables ont obtenu des fonds; et
- de favoriser les initiatives requises pour promouvoir le soutien du secteur philanthropique à la production de logements abordables.

La méthodologie à l'appui des objectifs de l'étude comportait trois activités interreliées : l'examen et l'analyse de la documentation pertinente et des données secondaires; la réalisation de 16 études de cas qui illustrent comment les organismes de production de logements abordables ont pu obtenir de sociétés philanthropiques l'appui financier nécessaire à la production d'ensembles; et des discussions avec trois des principaux spécialistes canadiens en matière d'activité de financement.

Le contexte

D'après nos recherches, nos entrevues avec les organismes récipiendaires et donateurs de même que nos entrevues avec trois des principaux spécialistes canadiens de la collecte de fonds, nous avons conclu à l'importance des facteurs ci-après pour les organismes de production de logements abordables qui cherchent un moyen d'obtenir l'appui du secteur philanthropique.

Les organismes de logement sans but lucratif ne connaissent pas encore le marché philanthropique — Les organismes et les associations sans but lucratif connaissent bien le domaine du logement, mais ils ne possèdent généralement pas les ressources ou les compétences requises pour obtenir l'appui du secteur philanthropique. Dans un environnement extrêmement compétitif, le succès d'une campagne de financement dépend du prestige de l'organisation et de son cheval de bataille, de la participation de bénévoles de haut calibre ainsi que de la qualité et de l'expérience des professionnels du financement qu'elle emploie. D'après nos recherches, à quelques rares exceptions près, seules les grandes œuvres de bienfaisance disposent des ressources et de l'influence nécessaires pour lever des fonds suffisants pour la construction de grands ensembles de logements abordables. Néanmoins, les organismes de logement sans but lucratif ont réussi à recueillir des fonds pour un certain nombre de projets à petite échelle un peu partout au Canada.

L'appui aux organismes de bienfaisance varie beaucoup d'une région du pays à l'autre — L'appui apporté part les Canadiens au secteur caritatif varie beaucoup d'une région à l'autre. Tant les marchés que les techniques de financement requises pour les rejoindre diffèrent. Ces variations ont d'importantes répercussions et les constructeurs de logements abordables doivent planifier en conséquence.

Par exemple, en Ontario, les organismes de logement sans but lucratif se heurtent à une concurrence féroce de la part des œuvres de bienfaisance jouissant d'un haut prestige lorsqu'ils veulent obtenir l'attention et l'argent des sociétés, des particuliers et des fondations. Dans les provinces de l'Atlantique, au Manitoba, en Saskatchewan et dans les collectivités rurales, les organismes philanthropiques sont moins nombreux et la richesse est moins concentrée. Néanmoins, l'esprit communautaire et le sens des obligations sociales y est plus répandu. Les organismes sans but lucratif et les œuvres de bienfaisance locales ont donc assez bien réussi à obtenir des appuis suffisants pour la construction de petits ensembles de logements abordables.

Les Canadiens n'appuient pas le logement abordable, mais financent les logements-services — La recherche a permis de constater que le logement abordable ne constitue pas une priorité pour les Canadiens qui ont la capacité financière de faire des dons importants. Les donateurs s'intéressent davantage à d'autres enjeux sociaux. Ils tendent à appuyer les organismes de bienfaisance qui, selon eux, contribuent aux soins de santé, à l'éducation et aux services sociaux. Bien que la production de logements abordables soit inexorablement liée à ces enjeux, les donateurs préfèrent appuyer les services offerts dans les immeubles plutôt que de contribuer au financement du coût de ces immeubles. Les organismes de production de logements abordables qui cherchent à promouvoir les avantages sociaux à long terme de leurs projets ont donc de meilleures chances d'obtenir l'appui du secteur philanthropique.

Le rôle des organismes de bienfaisance — Le rôle des organismes de bienfaisance a été un facteur important, mais nouveau, dans la construction de logements abordables. Les organismes et les associations sans but lucratif ont construit de nombreux logements abordables, mais il y a également un grand nombre d'œuvres de bienfaisance enregistrées qui contribuent à la construction de logements destinés à des groupes particuliers comme les aînés, les jeunes à risques, les personnes libérées de centres psychiatriques et les femmes. Il s'agit notamment d'organismes confessionnels, de fournisseurs de services sociaux et d'hôpitaux.

Ces organismes ont certains avantages importants par rapport à leurs homologues sans but lucratif. Ils ont cultivé des relations à long terme avec les donateurs, ils peuvent émettre des reçus aux fins de l'impôt et ils possèdent les compétences, l'organisation et l'orientation requises pour conclure des partenariats et attirer des contributions philanthropiques.

Les incitatifs fiscaux sont utiles, mais pas indispensables — Il existe des avantages fiscaux pour toutes les catégories de dons de charité, mais ce n'est pas ce qui motive le plus les donateurs. En fait, aucune déduction fiscale n'est réclamée pour une proportion importante des dons des particuliers et des sociétés. Cela démontre à quel point il est important que les organismes de production de logements abordables comprennent le point de vue des donateurs et fassent bien valoir leur cause.

Comme l'indique le présent rapport, le défi à relever pour amener le secteur philanthropique à soutenir le logement abordable est complexe. L'ampleur du problème et les caractéristiques du secteur philanthropique varient énormément d'une région à l'autre du pays et il n'existe aucune solution unique s'appliquant à tous les cas. Enfin, nos recherches révèlent que l'appui des organismes philanthropiques n'est qu'un des éléments d'un financement réussi étant donné que la contribution financière des autorités locales, provinciales et fédérales a, dans la plupart des cas, également joué un rôle essentiel dans la production de logements abordables.

Structure du rapport

Les premières parties du rapport fournissent aux organismes de production de logements abordables une analyse détaillée de la situation du logement abordable au Canada, un examen du secteur philanthropique et de la communauté des donateurs ainsi qu'un aperçu des répercussions fiscales des dons aux œuvres de bienfaisance et aux organismes sans but lucratif. La deuxième partie du rapport intitulée *Orientation,* vise à aider les décideurs et les organismes de production de logements abordables en définissant une approche différente en ce qui a trait aux liens entre les grandes initiatives sociales et les programmes locaux.

L'annexe I contient 13 études de cas montrant comment des organismes de production de logements abordables ont réussi à obtenir le financement requis pour la réalisation de leurs projets. Elle présente également trois autres études de cas montrant comment d'autres organismes sans but lucratif ont réussi à mieux se faire connaître et à recueillir des fonds pour promouvoir différentes causes sociales.

L'annexe II a pour but d'aider les organismes de production de logements abordables à évaluer le potentiel de financement de leurs projets en leur donnant un aperçu général des mesures à prendre pour assurer le succès d'une campagne de financement.

L'annexe III complète l'annexe précédente en décrivant les étapes chronologiques des activités de financement réussies.

L'annexe IV présente un examen détaillé des dons par anticipation, l'une des nouvelles tendances les plus importantes qui pourrait se révéler très avantageuse pour les organismes de bienfaisance du Canada.

L'annexe V contient la liste des fondations communautaires des diverses provinces canadiennes.

Table des matières

Le défi 1
Introduction 3
Principales conclusions 5

Partie I : Le contexte

Aperçu général 9
Le logement abordable dans le Canada d'aujourd'hui 9
La différence entre le logement « social » et le logement « abordable » 10
Le besoin de logements abordables au Canada 10
Une nouvelle façon de faciliter la production de logements abordables 11
La SCHL et le Centre du partenariat 12
Le parrainage d'initiatives de logement abordable au Canada 13
Le « déficit financier » du logement abordable 15
Illustration du « déficit financier » 16
Résumé 18

Le secteur caritatif au Canada 19
L'importance des organismes de bienfaisance au Canada 20
Principales caractéristiques du secteur caritatif au Canada 20
Variations régionales au sein du secteur caritatif au Canada 21
Répartition des revenus des organismes de bienfaisance canadiens 21
Répartition des revenus des organismes de bienfaisance par catégorie de revenus et d'organismes 21
Sources de financement – Le gouvernement joue un rôle important 22
Principales méthodes de levées de fonds : Comment les organismes de bienfaisance enregistrés obtiennent une aide financière 22
Méthodes de financement des organismes de production de logements abordables 25
Résumé 28

La communauté des donateurs au Canada 29
Sources de financement non gouvernementales des organismes de bienfaisance 30
Dons des particuliers 30
Comment les Canadiens font des dons 32
Les dons de charité des sociétés au Canada 33
L'appui des sociétés à la production de logements abordables 36
Les dons de charité des fondations au Canada 36
L'appui des fondations au logement abordable 36
La répartition géographique des dons de charité au Canada 37

Résumé 39
Les conséquences fiscales des dons aux organismes de bienfaisance et sans but lucratif 39
La définition des organismes de bienfaisance canadiens 39
Le traitement fiscal des organismes de bienfaisance enregistrés au Canada 41
Faits intéressant les producteurs de logements abordables 41

Règles d'admissibilité au crédit d'impôt pour dons de charité 42
Traitement fiscal des dons à des organismes de bienfaisance canadiens 42
Plafond de la déduction fiscale pour dons de charité 43
Dons des sociétés 45
Traitement fiscal des biens amortissables 45
Résumé 46

Partie 2 : Orientation

Aperçu général 47
Le but et les objectifs 48
Un modèle pour la génération de ressources 48
Accroître la connaissance 48
Sensibiliser le public 49
Augmenter la capacité de financement 49
Production d'un plus grand nombre de logements abordables 50

Annexe I – Études de cas

Études de cas 53

Jeunes 54
VanCity Place for Youth, Vancouver 55
Covenant House, Toronto 58

Les aînés 62
St. Barbe's Chronic Care Corporation, Terre-neuve 63
Centre Providence, Toronto 66
Centre d'hébergement mennonite chinois de Vancouver 70
St. Demetrius Development Corporation, Etobicoke 74
W.J. Philips Seniors Residence, Albertson (Î.-P.-É) 77
Auberge Du Bon Temps, Sainte-Monique (Québec) 80

Logement général 82
Raising the Roof, programme national 83
Vision mondiale : Autoconstruction de logements pour
les Autochtones au Manitoba et en Saskatchewan 87
Habitat pour l'humanité Canada, Programme national 90
North End Housing Project, Winnipeg 93
Fife House, Toronto 96

Autres enjeux sociaux 99
Initiative canadienne pour la recherche sur le cancer du sein, Toronto 100
Canadian Living Foundation, programme national 104
Prix nationaux d'excellence décernés aux Autochtones 108

Annexe II
Les facteur de réussite d'une campagne de financement 113

Annexe III
Les étapes à franchir pour assurer le succès d'une campagne de financement 117

Annexe IV
Les dons par anticipation au Canada 121

Annexe V
Les fondations communautaires du Canada 127

Bibliographie 129

Notes 132

Le défi

Pour la SCHL, l'objectif premier du présent rapport de recherche consiste à fournir aux organismes qui produisent ou aident à produire des logements abordables des renseignements qui les aideront à obtenir la contribution financière du secteur philanthropique. Cette étude vise, en outre, à favoriser la mise sur pied de nouvelles initiatives qui inciteront les organismes philanthropiques à soutenir le logement abordable.

Tel qu'indiqué dans l'ensemble de ce rapport, le défit à relever pour amener le secteur philanthropique à soutenir le logement abordable est un défi de taille. L'ampleur du problème et les caractéristiques du secteur philanthropique varient énormément d'une région à l'autre du pays et il n'existe donc pas de solution unique s'appliquant dans tous les cas. Enfin, nos recherches ont révélé que les contributions philanthropiques n'étaient qu'un des facteurs qui ont contribué au succès de la plupart des initiatives de production de logements abordables et qu'il était également essentiel d'obtenir le financement des pouvoirs publics locaux, provinciaux et fédéraux.

Le présent rapport n'est qu'une première étape. L'équipe de recherche a recommandé qu'on y donne suite en prenant les initiatives ci-après :

- mettre en lumière les problèmes et les défis particuliers aux diverses régions en organisant une série de réunions et d'ateliers avec des organismes de production de logements abordables et des donateurs philanthropiques; et

- mettre au point et distribuer les outils et la formation dont on a besoin dans les diverses régions pour amener le secteur philanthropique à soutenir la production de logements abordables.

La pénurie de logements abordables présente un pressant intérêt à l'heure actuelle au Canada. Le besoin de logements abordables augmente alors que les gouvernements sont peu en mesure d'y répondre parce qu'ils doivent continuer à limiter leurs dépenses.

La Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) a commencé à prendre des mesures positives pour aider les organismes de production de logements abordables. Le Centre canadien du partenariat public-privé dans l'habitation (CCPPPH) aide les organismes sans but lucratif à créer des partenariats avec le secteur privé et a déjà facilité plusieurs partenariats pour la construction de logements abordables. Néanmoins, pour remédier à la pénurie de logements abordables, il faudrait obtenir un soutien financier plus important de sources non gouvernementales.

Les organismes sans but lucratif qui sont à la recherche de fonds du secteur privé pour produire des logements abordables ont de sérieux défis à relever, car la plupart d'entre eux n'ont ni les connaissances ni l'expérience requises pour solliciter l'appui philanthropique des particuliers, des sociétés et des fondations. Quant à ces derniers, ils n'ont pas considéré jusqu'ici le logement abordable comme une de leurs priorités.

En 1998, la SCHL a fait appel à Manifest Communications Inc. pour étudier l'appui du secteur philanthropique au logement abordable dans le but d'aider les organismes de production de logements abordables à obtenir le financement dont ils ont besoin. Les résultats de cette étude figurent dans le présent rapport.

Le contexte environnemental

À partir de nos recherches préliminaires, de nos entrevues avec les organismes donataires et donateurs de même que des rencontres avec trois des principaux experts canadiens de la collecte de fonds, nous avons tiré les conclusions ci-après qui intéressent directement les organismes de production de logements abordables qui cherchent des moyens d'obtenir l'appui financier du secteur philanthropique.

Les organismes sans but lucratif de production de logements abordables sont nouveaux sur le marché philanthropique — les organismes et associations sans but lucratif connaissent bien le logement, mais ils ne possèdent généralement pas les ressources ou les compétences requises pour amener le secteur philanthropique à financer leurs projets. Dans un environnement extrêmement concurrentiel, le succès d'une campagne de financement dépend de la visibilité de l'organisme et de la cause qu'il défend, de la participation de bénévoles de haut calibre ainsi que de la qualité et de l'expérience des professionnels du financement. D'après nos recherches, à quelques rares exceptions près, seuls les grands organismes de bienfaisance disposent des ressources et de l'influence nécessaires pour lever des fonds suffisants pour la construction de grands ensembles de logements abordables. Les organismes sans but lucratif ont toutefois réussi à recueillir des fonds pour construire un certain nombre de petits ensembles un peu partout au Canada.

Les dons varient beaucoup d'une région à l'autre L'appui que les Canadiens accordent aux organismes de bienfaisance varie nettement d'une région à l'autre. Les variations se situent au niveau tant des marchés que des techniques de financement requises pour les rejoindre. Ces différences ont d'importantes répercussions et les organismes de production de logements abordables doivent planifier en conséquence.

Par exemple, en Ontario, les organismes sans but lucratif se heurtent à une concurrence féroce de la part des organismes de bienfaisance très connus lorsqu'ils veulent obtenir l'attention et le soutien financier des sociétés, des particuliers et des fondations. Dans les provinces de l'Atlantique, au Manitoba, en Saskatchewan et dans les collectivités rurales, les organismes de bienfaisance sont moins nombreux et la richesse est moins concentrée. Toutefois, l'esprit communautaire et le sens des obligations sociales y sont plus développés. Les organismes sans but lucratif et œuvres de bienfaisance locales ont donc assez bien réussi à obtenir une aide suffisante pour construire des petits ensembles de logements abordables.

Les Canadiens n'appuient pas la production de logements abordables, mais financent les logements-services — Les recherches révèlent que l'abordabilité du logement ne constitue pas une priorité pour les Canadiens qui ont la capacité financière de faire des dons importants. Les donateurs s'intéressent davantage aux enjeux sociaux qui les touchent directement eux et leur famille. Ils tendent à appuyer les organismes de bienfaisance qu'ils jugent actifs dans ces domaines. D'après les recherches, la majorité de ces donateurs soutiennent la santé, l'éducation et les services sociaux. Autrement dit, bien que la production de logements abordables soit inexorablement liée à ces enjeux, les donateurs préfèrent appuyer les services offerts *dans* les immeubles plutôt que de contribuer au financement du coût de ces immeubles.

Les organismes de production de logements abordables qui font valoir les avantages sociaux à long terme de leurs projets ont donc plus de chances d'obtenir l'appui du secteur philanthropique.

Le rôle des organismes de bienfaisance — Les organismes de bienfaisance ont joué un rôle important et nouveau dans la production de logements abordables. Les organismes et associations sans but lucratif ont produit un nombre important de logements abordables, mais il y a aussi de nombreux organismes de bienfaisance enregistrés qui construisent des logements pour des populations particulières comme les aînés, les jeunes à risques, les personnes libérées de centres psychiatriques et les femmes. Il s'agit notamment d'organismes religieux, de fournisseurs de services sociaux et d'hôpitaux. Ces organismes ont un avantage important sur leurs homologues sans but lucratif. Ils ont cultivé des relations à long terme avec les donateurs, ils peuvent émettre des reçus aux fins de l'impôt et possèdent les compétences, la structure organisationnelle et l'orientation requises pour créer des partenariats et obtenir l'appui d'organismes philanthropiques.

Les incitatifs fiscaux sont utiles, mais pas essentiels — Des avantages fiscaux sont associés à toutes les catégories de dons de charité, mais ces avantages ne constituent pas le principal facteur de motivation des donateurs. En fait, aucune déduction d'impôt n'est réclamée pour une proportion importante des dons des particuliers et des sociétés. Cela démontre à quel point il est important que les organismes de production de logements abordables comprennent bien le point de vue des donateurs et sachent défendre leur cause.

Principales conclusions

Notre étude a révélé que l'on construit au Canada trois catégories de logements abordables. Le secteur philanthropique joue un rôle important, mais non pas exclusif, dans le financement de chacune des catégories de logement ci-après :

1. **Communautés d'intérêts** — Ensembles résidentiels qui répondent aux besoins de logement d'une communauté d'intérêt particulière comme les petites collectivités rurales ou les congrégations religieuses.
2. **Circonstances uniques** — Ensembles qui sont réalisables en raison de caractéristiques uniques grâce auxquelles les activités de financement constituent un moyen viable de s'assurer un revenu : petite échelle, long délai de production, mises de fonds en travail bénévole ou appuis non financiers.
3. **Enjeu social ou groupe de la population** — Ensembles de logements abordables qui répondent aux besoins reliés à un enjeu social ou à ceux d'un groupe de la population, notamment les résidences pour personnes âgées, les hospices pour sidéens et les logements pour personnes souffrant de troubles psychiatriques.

D'après nos recherches, pour amener le secteur philanthropique à soutenir davantage la production de ces trois catégories de logements, les organismes de production de logements abordables doivent réunir un certain nombre d'autres éléments interreliés.

Voici un résumé des principales conclusions de l'analyse de la situation et des études de cas.

En raison des nombreuses disparités régionales, il n'est pas possible de mettre en place une solution unique, mais les organismes de production de logements abordables doivent réunir un certain nombre de composantes de base essentielles pour assurer le financement de leurs projets.

✓ Sensibiliser le public

Afin d'influencer les donateurs potentiels, il faut d'abord les sensibiliser davantage au problème de l'abordabilité du logement et favoriser un climat dans lequel ils comprendront et appuieront cet enjeu.

Les organismes sans but lucratif ont davantage de crédibilité que les gouvernements ou les entreprises pour rehausser la visibilité d'un important enjeu social et augmenter ainsi le soutien philanthropique, le financement gouvernemental et les appuis non financiers. En sensibilisant le public, les organismes de production de logements abordables pourront fournir une valeur de commercialisation tangible à leurs partenaires de l'entreprise privée ou du gouvernement et augmenter le nombre et le montant des commandites, des dons et des subventions.

✓ Bâtir le capital social

Les donateurs, qu'il s'agisse de grandes sociétés, de fondations ou de particuliers, désirent soutenir des projets qui permettent de bâtir du capital social en trouvant des solutions à long terme à des problèmes pressants (p.ex., les besoins des aînés dans la société). De plus, les bénévoles qui participent aux campagnes de financement sont motivés par des projets qui apportent des solutions aux enjeux sociaux. La question du logement abordable et les campagnes pour la construction résidentielle ne sont pas très prioritaires aux yeux des principaux donateurs.

De plus, en outrepassant le cadre du logement abordable pour englober d'autres problèmes sociaux connexes, les organismes de production de logements abordables peuvent souvent bénéficier d'un éventail plus vaste de subventions gouvernementales.

Il est possible d'obtenir des fonds pour la production de logements abordables répondant à des problèmes jugés prioritaires par les gouvernements locaux et provinciaux.

Enfin, les ensembles de logements abordables qui comportent une composante de formation et d'éducation peuvent bénéficier de fonds publics auxquels ils n'auraient pas accès autrement.

✓ Établir des relations

La plupart des initiatives de production de logements abordables réussies profitent de l'expérience d'un chef de projet dévoué qui fait preuve de la vision, de l'enthousiasme et de la crédibilité nécessaires pour motiver les bénévoles et la collectivité.

La participation de bénévoles influents de l'entreprise privée et des collectivités est essentielle au succès des grandes campagnes de financement. Il est possible de nouer des relations avec des bénévoles et des donateurs potentiels en donnant à ces derniers la possibilité de participer à toutes les phases du projet et en leur démontrant la valeur sociale que celui-ci revêt *de leur point de vue*.

La participation de leaders communautaires bien connus du public et de personnalités des médias ou du spectacle peut établir la crédibilité et attirer d'autres leaders communautaires influents qui seront des donateurs potentiels.

✓ Former des partenariats

Les grands ensembles de logements abordables exigent toujours des partenariats avec le secteur public, l'entreprise privée et le secteur bénévole. Les partenariats qui obtiennent le plus de succès sont ceux qui permettent à chaque partie d'en tirer un avantage et qui répondent aux nombreux besoins de tous les groupes participants.

Pour les entreprises, l'importance de leur appui à la production de logements abordables est directement proportionnelle à la concordance stratégique du projet avec leurs activités commerciales et sociales et sa pertinence pour leurs marchés et leurs clients.

De plus, pour obtenir un appui important de la part d'une entreprise nationale, il est important de bien comprendre qui sont ses principaux partenaires commerciaux au niveau local (détaillants, distributeurs, franchisés, etc.) et de créer des programmes et des avantages qui renforceront la valeur de ces relations.

Les organismes sans but lucratif nationaux peuvent apporter un soutien intermédiaire (programmation, formation, infrastructure et aide au démarrage) qui facilitera la collecte de fonds et les programmes au niveau communautaire local.

Le travail réalisé avec d'autres organismes communautaires peut rehausser la visibilité locale du logement abordable et les besoins de logement des sans-abri de la collectivité.

✓ Unir la collectivité

Les ensembles de logements abordables qui répondent aux besoins de logement et aux besoins sociaux d'une collectivité rurale éloignée, de groupes ethnoculturels particuliers ou de congrégations religieuses sont plus susceptibles d'obtenir l'appui des organisations philanthropiques de leur collectivité.

Les campagnes menées localement dans les petites collectivités représentent un moyen important de lever des fonds et de mobiliser des appuis pour des projets que la population considère comme un atout supplémentaire.

✓ Amasser des fonds et organiser des activités de financement

Pour produire des ensembles de logements abordables, les organismes doivent cibler de nombreuses sources de financement, y compris les gouvernements. Les subventions gouvernementales et le financement de contrepartie permettent d'aller chercher des contributions philanthropiques de la collectivité.

Une association avec un partenaire du secteur des services financiers peut également être très utile. De plus, certaines institutions financières peuvent songer à fournir un financement hypothécaire à un taux d'intérêt avantageux (en dessous du taux du marché) si le projet correspond aux priorités de leur programme philanthropique.

Dans certaines localités où la valeur des immeubles est très faible et les possibilités de revente peu probables, des propriétaires peuvent être prêts à vendre leur immeuble en échange d'un reçu aux fins de l'impôt. En outre, des membres d'une collectivité peuvent être prêts à offrir une garantie financière personnelle pour aider un organisme à obtenir un financement d'autres sources.

Les dons de services gratuits sont aussi précieux que les dons en espèces. La collectivité peut apporter son soutien sous la forme d'appuis non financiers, de matériaux et de fournitures qui réduiront les coûts de construction. La mise de fonds en travail (le travail bénévole gratuit) peut également avoir une grande valeur.

Pour accroître le soutien philanthropique, les organismes ont besoin d'une infrastructure administrative comprenant au moins un personnel formé et expérimenté, des locaux et l'accès à la technologie de l'information. Les campagnes les plus fructueuses menées pour les grands ensembles font également appel à des consultants rémunérés spécialisés dans la collecte de fonds.

✓ Être réaliste

La persévérance est essentielle, surtout en ce qui a trait à des projets importants — même les organismes de bienfaisance établis qui ont formé des liens étroits avec des chefs d'entreprises et des dirigeants communautaires influents doivent être réalistes quant au temps nécessaire pour amasser des fonds considérables.

Structure du rapport

Les quatre premières parties du rapport présentent aux lecteurs, et surtout aux organismes qui veulent contribuer à l'abordabilité du logement, une analyse détaillée de la situation qui inclut un aperçu général du logement abordable au Canada, un examen du secteur caritatif et philanthropique ainsi qu'un coup d'œil sur les répercussions fiscales des dons aux organismes de bienfaisance et sans but lucratif. La cinquième partie du rapport intitulée *Orientation*, a pour but d'aider les décideurs et les organismes de production de logements abordables en leur montrant une nouvelle façon d'aborder le problème en faisant appel à la fois à de vastes initiatives sociales et à une programmation locale.

L'annexe I contient 13 études de cas montrant comment des organismes de production de logements abordables ont réussi à trouver les fonds nécessaires pour la réalisation de leurs projets.

Le rapport présente également trois études de cas montrant comment d'autres organismes sans but lucratif ont pu rehausser leur visibilité et lever des fonds pour résoudre divers enjeux sociaux.

L'annexe II vise à aider les organismes de production de logements abordables à évaluer le potentiel de financement de leurs projets en leur donnant un aperçu général des mesures à prendre pour assurer le succès d'une campagne de financement.

L'annexe III complète l'annexe précédente en décrivant, par ordre chronologique, les étapes à suivre pour assurer le succès d'une campagne de financement.

L'annexe IV contient une étude détaillée des dons par anticipation — une nouvelle tendance qui pourrait offrir de nouvelles possibilités de financement aux organismes de bienfaisance du pays.

Aperçu général

La présente partie du rapport donne un bref aperçu général des défis que doivent relever les organismes désireux de produire de nouveaux logements abordables dans un contexte marqué par les restrictions budgétaires du secteur public. L'aide financière qu'ils peuvent recevoir du secteur public étant limitée, les producteurs de logements abordables cherchent de nouveaux moyens de combler ce « déficit financier » en faisant appel à des sources de financement non traditionnelles. Nous décrivons ici les nouveaux partenariats publics-privés qui se forment pour la production de ce type de logements avec l'aide du Centre canadien du partenariat public-privé dans l'habitation de la SCHL. Nous décrivons également un éventail d'autres mesures qui peuvent être prises pour obtenir un soutien financier.

Le logement abordable dans le Canada d'aujourd'hui

Le besoin croissant de logements abordables ne fait guère de doute. Les gouvernements devant continuer à faire preuve d'austérité budgétaire, le financement de nouveaux ensembles de logements abordables se trouve sérieusement compromis. Dans ce contexte, les organismes qui parrainent les ensembles de logements sans but lucratif doivent trouver de nouveaux moyens de répondre aux besoins de leur clientèle.

L'idée d'obtenir l'appui du secteur philanthropique pour la construction de logements abordables est relativement nouvelle au Canada. Étant habitués au vaste filet de sécurité sociale dont ils bénéficient, la plupart des Canadiens supposent que les gouvernements continuent de prévoir des dispositions suffisantes pour la production de nouveaux logements abordables dans l'ensemble du pays.

Pour que le secteur de la production de logements abordables puisse lever des fonds sous la forme de dons de charité, il doit absolument sensibiliser le public aux changements survenus à cet égard et à la nécessité d'obtenir son soutien direct.

Il existe toutefois d'autres solutions.Certains organismes sans but lucratif sollicitent directement des fonds auprès des donateurs tandis que d'autres forment des partenariats stratégiques avec le secteur public et le secteur privé. En formant des alliances, ils trouvent de nouveaux appuis pour leurs initiatives. Les intéressés devront lire le *Guide des partenariats du logement abordable* publié par la Société canadienne d'hypothèques et de logement afin de mieux comprendre en quoi cela consiste.

Tous ces changements s'accompagnent d'une nouvelle approche où les programmes et politiques de logement social financés par le gouvernement cèdent la place à la création de logements abordables dans le cadre de partenariats entre le secteur public et le secteur privé.

La différence entre le logement « social » et le logement « abordable »

Il est important de faire la distinction entre le « logement social » et le « logement abordable » et, plus précisément, une sous-catégorie de ce dernier : « le logement abordable pour les ménages à revenu faible ou moyen ».

En général, l'expression « logement social » sous-entend le paiement de subventions gouvernementales qui complètent le loyer versé par les locataires dont le montant tient généralement compte du plafond de revenu déterminant les besoins impérieux (de façon à ce qu'un ménage ne consacre pas plus de 30 % de son revenu au loyer et aux services publics). Cette aide financière permanente est indispensable parce que les loyers abordables exigés des locataires des logements sociaux ne suffisent pas à couvrir les frais d'exploitation et le prêt hypothécaire.

L'expression « logement abordable » signifie généralement que les coûts d'aménagement ou de financement d'un ensemble ont été réduits grâce à des initiatives visant à abaisser le coût de production des logements ou grâce à des contributions sous forme de terrains, de biens et services ou un financement d'autres sources. Les loyers payés par les locataires de ces ensembles sont suffisants pour couvrir les frais d'exploitation et frais d'intérêt hypothécaire sans l'aide d'autres subventions. L'abordabilité est toutefois une mesure relative qui dépend énormément de deux facteurs : premièrement, le revenu des locataires et, deuxièmement, la mesure dans laquelle les frais d'aménagement ou de financement d'un ensemble ont été réduits de façon permanente grâce à une aide financière extérieure.

Des logements qui sont abordables pour des ménages disposant d'un certain revenu ne seraient pas nécessairement jugés abordables par des ménages ayant un revenu plus bas.

De toute évidence, il est nécessaire de mettre au point une nouvelle façon de soutenir la production de logements abordables au Canada. Les organismes désireux de répondre aux besoins de logements abordables de leur collectivité cherchent de plus en plus à former des partenariats, à obtenir une aide extérieure et à mettre sur pied de nouvelles mesures de financement pour abaisser les frais d'exploitation et les frais financiers des ensembles de logements et éliminer ainsi le besoin de subventions permanentes.

Le besoin de logements abordables au Canada

Une analyse du recensement de 1996 que la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) a récemment effectuée révélait que l'ampleur des besoins impérieux de logements[1] avait nettement augmenté depuis 1991, surtout en raison de la réduction du revenu des ménages à revenu faible et moyen, dont la plupart sont des locataires. L'analyse des données de 1996 indiquait que 1,7 million de ménages non autochtones connaissaient ce que l'on qualifie de « besoins impérieux de logements » en 1996; ce chiffre représente environ 18 % de la totalité des ménages non autochtones du Canada. Comme ces ménages avaient un revenu moyen légèrement supérieur à 16 000 $ par an en 1995, l'abordabilité des logements était la principale raison pour laquelle ils avaient des besoins impérieux de logements. Plus de 90 % d'entre eux dépensaient 30 % ou plus de leur revenu pour se loger.

L'analyse de la SCHL révélait également que les ménages autochtones résidant en dehors des réserves risquaient encore davantage que les ménages non autochtones d'avoir des besoins impérieux de logements : 31,6 % des ménages autochtones vivant hors réserve entraient dans cette catégorie en 1996 contre 17,6 % des ménages non autochtones.

Une nouvelle façon de faciliter la production de logements abordables

Lorsqu'il a cessé, en 1993, de parrainer la construction de nouveaux logements sociaux pendant que de nombreux gouvernements provinciaux réduisaient eux aussi leur aide, le gouvernement fédéral a réorienté ses efforts vers la promotion de la construction de logements abordables par l'entremise de partenariats entre le secteur public et le secteur privé. Le meilleur exemple de cette orientation a été la création, au sein de la SCHL, en 1991, du Centre canadien du partenariat public-privé dans l'habitation (CCPPPH), qui devait être le fer de lance de cette nouvelle initiative.

Le *Guide des partenariats du logement abordable* publié par la SCHL décrit brièvement le nouveau paradigme concernant la construction de logements abordables au Canada. Par le passé, les logements abordables, mais surtout les logements sociaux destinés aux ménages à revenu faible et moyen ont été construits, pour la plupart, dans le cadre de programmes fédéraux et provinciaux suivant des formules de financement et des critères administratifs bien définis. À l'heure actuelle, seul un nombre limité de programmes subventionnent encore la construction de logements neufs ou la rénovation de logements existants.

De nombreux organismes cherchent de nouveaux moyens de produire des logements abordables sans subventions permanentes du gouvernement fédéral ou provincial. Les partenariats représentent un aspect important de cette nouvelle façon d'aborder le problème. Ces nouveaux partenariats font souvent appel à des mécanismes de financement novateurs, partagent des ressources, réunissent de nombreux organismes différents, obtiennent des fonds à partir de l'avoir existant dans le terrain ou les immeubles et utilisent parfois de nouveaux modes d'occupation.

Le gouvernement fédéral est en train de conclure des ententes avec les provinces et les territoires pour qu'ils reprennent la gestion des logements sociaux construits au cours des 40 dernières années dans le cadre des programmes de logement fédéraux. Des ententes bilatérales entre le gouvernement fédéral et un gouvernement provincial ou territorial comprennent souvent une disposition qui permet d'utiliser les économies réalisées dans la gestion des logements sociaux pour rénover ces logements ou financer de nouveaux programmes. Les municipalités commencent à redevenir d'importants intervenants dans le domaine du logement, car elles sont souvent en mesure de réunir différentes parties, elles ont fréquemment accès à des terrains et peuvent se servir des règlements de zonage pour favoriser la production de logements abordables.

Aux États-Unis, le système mis en place pour construire des logements dans le cadre d'un partenariat est beaucoup plus évolué qu'il ne l'est au Canada. Une étude récente de la SCHL intitulée *Production de logements abordables par la création de partenariats publics-privés : Contexte des partenariats publics-privés aux États-Unis et leçons pour le Canada* décrit comment ce système mis sur pied depuis le milieu des années 1980 grâce à des crédits d'impôt, des investissements communautaires, une politique publique favorisant la participation des institutions de prêt et un financement de tous les niveaux de gouvernement est venu en aide aux quartiers défavorisés. Ce rapport a conclu que les organismes philanthropiques tels que les fondations jouaient un rôle essentiel dans la formation de partenariats publics-privés pour la construction de logements abordables aux États-Unis. Les caractéristiques du système américain ne sont pas toutes souhaitables ou adaptées à la situation canadienne, mais une approche similaire est en train de se développer graduellement au Canada pour répondre à un besoin grandissant.

L'évolution de cette nouvelle tendance canadienne ne signifie pas que le gouvernement fédéral et la SCHL n'interviennent plus dans le domaine du logement. Par l'entremise de la SCHL, le gouvernement fédéral continue de jouer son rôle traditionnel en accordant une assurance hypothécaire aux acheteurs de maisons individuelles et aux constructeurs de logements locatifs. Le gouvernement fédéral continue de financer le logement social existant au moyen d'une contribution annuelle d'environ 2 milliards de dollars. La SCHL finance également plusieurs autres programmes et des initiatives spéciales comme le Programme d'aide à la rénovation des logements (PAREL) ainsi qu'un important programme de recherche et d'information.

Par l'entremise du Centre canadien du partenariat public-privé dans l'habitation (CCPPPH), la SCHL a été la première à aider les groupes désireux de produire des logements abordables dans le cadre de partenariats.

La SCHL et le Centre du partenariat

Le Centre canadien du partenariat public-privé dans l'habitation (CCPPPH) de la SCHL favorise la formation de partenariats dans le but d'augmenter le nombre de logements abordables disponibles. Le Centre donne des conseils sur les questions juridiques, financières et réglementaires, expérimente de nouvelles modalités de financement et d'occupation et diffuse de l'information sur les solutions qui ont donné de bons résultats. Le Centre recherche activement des partenariats, surtout au niveau local, avec des entités comme les organismes sans but lucratif qui participaient antérieurement à la production de logements sociaux, les groupes confessionnels, les groupes ethniques et culturels, les œuvres de bienfaisance, les constructeurs, les promoteurs et les municipalités. Entre 1991 et 1998, grâce à l'appui du Centre, plus de 180 ensembles résidentiels comprenant plus de 10 000 logements abordables pour les aînés, les familles, les célibataires et les personnes handicapées ont été construits[2].

Le Centre fournit un certain nombre d'outils pour faciliter la production de logements abordables y compris :

- des guides sur les pratiques exemplaires;
- la recherche sur les partenariats;
- des consultations individuelles et des conseils d'experts;
- un vaste réseau de partenariats possibles;
- des prêts sans intérêt pour la préparation de projets; et
- l'accès à l'assurance hypothécaire pour permettre au groupe d'obtenir un financement à faible taux d'intérêt.

Ces dernières années, la SCHL a participé à une initiative de partenariat *Solutions-Maison* avec l'Association canadienne d'habitation et de rénovation urbaines (ACHRU), l'Association canadienne des constructeurs d'habitations (ACCH), la Fédération canadienne des municipalités (FCM) et la Fédération de l'habitation coopérative du Canada (FHCC). Depuis 1997, cette initiative a procuré des fonds de démarrage allant jusqu'à 20 000 $ pour les projets de démonstration qui favorisent et soutiennent les partenariats communautaires dans le but de répondre aux besoins locaux de logements.

Le parrainage d'initiatives de logements abordables au Canada

Par le passé, les logements appartenant à des sociétés ou des coopératives d'habitations sans but lucratif étaient subventionnés par le secteur public pour répondre au besoin de logements abordables. Cette forme de logements sociaux représente aujourd'hui environ 2 % de la totalité du parc de logements sociaux du Canada[3]. Aujourd'hui, non seulement les intervenants traditionnels de l'industrie, mais de nouveaux arrivants expérimentent de nouvelles initiatives.

Organismes sans but lucratif

Les organismes communautaires et les coopératives de logements sans but lucratif sont au cœur du système de logement social du Canada. Les autorités fédérales et provinciales se sont toujours fiées énormément à ces organisations pour la mise en œuvre de programmes et de services de logement.

En l'absence de programmes de financement gouvernementaux capables d'offrir de nouveaux logements sociaux, de nombreux organismes cherchent à produire des logements abordables sans l'aide financière permanente du secteur public.

Des groupes locaux ont pu produire des logements avec un certain succès en recourant aux moyens suivants :

- en misant sur les ressources existantes telles que des terrains qu'ils possédaient déjà (y compris les terrains sous-utilisés de logements sociaux existants);
- en utilisant des terrains donnés ou loués par des philanthropes ou des municipalités, ou dans certaines collectivités ethniques bien organisées, en lançant des campagnes de financement pour lever des fonds. Néanmoins, seul un petit nombre de ces organismes sans but lucratif étaient des organismes de bienfaisances enregistrés capables d'émettre des reçus aux fins de l'impôt pour les dons obtenus.

Le rôle des municipalités

Les municipalités ont joué un rôle relativement limité dans la mise en œuvre et l'administration de programmes de logements fédéraux, provinciaux ou territoriaux. Relativement peu de municipalités ont leur propre programme d'habitation. Un bon nombre d'entre elles ont toutefois des lignes de conduite et des normes régissant la construction et l'entretien des logements.

Certaines villes ont établi des sociétés d'habitation sans but lucratif chargées de mettre en œuvre et exploiter les logements que la municipalité a construits grâce au financement fourni par des programmes fédéraux et provinciaux.

Un certain nombre de municipalités se sont lancées dans des initiatives visant à stimuler la production de logements abordables en simplifiant la réglementation, en réduisant les frais d'aménagement et, dans certains cas, en fournissant des terrains et des garanties de prêts.

Les autres initiatives prises pour produire des logements abordables consistent surtout à rechercher de nouvelles sources de financement (pour combler les lacunes des programmes de subventions) et à former des coentreprises. Les initiatives qui s'adressent aux personnes à faible revenu ont généralement fait appel à des dons de terrains (par une municipalité ou une organisation confessionnelle) et des campagnes de financement.

Les organismes de bienfaisance du Canada

En plus des organismes sans but lucratif qui ont été associés jusqu'ici à la production de logements abordables, il y a de nombreuses œuvres de bienfaisance enregistrées qui construisent également des logements pour certains groupes de la population. Il s'agit notamment d'organisations confessionnelles, de fournisseurs de services sociaux et d'hôpitaux. Parmi les groupes qu'ils desservent figurent les aînés, les jeunes à risques, les femmes et autres personnes ayant des besoins particuliers.

Ces organismes de bienfaisance ont tendance à s'intéresser également à d'autres problèmes sociaux que le logement et peuvent souvent mettre des réseaux et des compétences supplémentaires au service du secteur de l'habitation.

Certains d'entre eux ont des relations avec des donateurs, émettent des reçus aux fins de l'impôt et possèdent les compétences et l'organisation nécessaires pour former des partenariats supplémentaires et aller chercher des contributions philanthropiques[4]. Dans le nouveau contexte, ces intervenants sont peut-être mieux placés qu'un grand nombre des fournisseurs de logement social traditionnels dont la plupart ne sont pas enregistrés comme organismes de bienfaisance ou ne disposent pas de vastes réseaux de dirigeants influents dans le milieu des affaires ou dans la collectivité.

Les études de cas décrivent certaines des organisations plus progressistes dont la VanCity Community Foundation, Raising the Roof et certains groupes confessionnels bien organisés.

Partenariats indépendants entre les sociétés, les fondations et les municipalités

Quelques organismes d'habitation sans but lucratif du Canada ont formé des partenariats avec des entreprises, des fondations et des municipalités pour soutenir la production de logements abordables. Néanmoins, la majorité de ces partenariats sont relativement limités. De plus, le gouvernement provincial ou municipal fait partie d'un grand nombre de partenariats. Toutefois, la plupart des logements qui en résultent sont offerts au loyer du marché et ne peuvent pas desservir les ménages à revenu faible ou modeste.

Le « déficit financier » du logement abordable

Le financement du logement abordable est déficitaire du fait que les revenus des ensembles ne couvrent pas les coûts créant un déficit qui était comblé auparavant par les subventions du secteur public. Il est utile d'illustrer la nature et l'importance de la situation. Cela exige un bref survol du processus de souscription et de financement des ensembles résidentiels.

Un ensemble d'habitations est généralement financé par un prêt hypothécaire et un avoir propre. Dans le cas des anciens ensembles de logements sociaux, 100 % des coûts d'immobilisation étaient financés et le secteur public fournissait généralement une subvention permanente. Cette aide financière permanente était nécessaire parce que les loyers abordables exigés des locataires ne suffisaient pas à couvrir leur part des frais d'exploitation et frais hypothécaires. La façon actuelle de financer les ensembles résidentiels, qui ne dépend pas de subventions permanentes, représente un changement important et un défi de taille pour les fournisseurs de logements abordables.

L'une des principales différences entre le financement du logement social traditionnel et celui du nouveau modèle de logement abordable est que les ensembles sont évalués en fonction de leur valeur de prêt plutôt que de leur coût.

Pour la plupart des nouveaux logements locatifs, la valeur (c.-à-d., le montant auquel l'immeuble pourrait être vendu à un autre investisseur une fois achevé) est nettement inférieure au coût des travaux. La valeur de prêt est fonction du revenu net futur prévu et du taux de rendement auquel s'attendent les investisseurs, ce que l'on appelle le taux de capitalisation. Comme l'assurance hypothécaire qui permet de financer des ensembles à des taux de prêt favorables peut seulement couvrir jusqu'à 85 % de la valeur de prêt, la différence devient importante.

Dans un marché de l'habitation robuste où la demande est forte, les taux de capitalisation seront plus bas parce que la croissance future des revenus sera forte. Dans les marchés faibles et pour les immeubles mal situés, les taux de capitalisation seront élevés, car la croissance future des revenus sera faible. Les taux de capitalisation ont récemment varié entre 6,5 % et 12 %. À titre d'exemple, nous prendrons ici un taux de 9 %, ce qui correspond au taux le plus bas que la SCHL accepte généralement pour la souscription d'une assurance hypothécaire sur des logements collectifs.

L'exemple ci-après porte sur un petit projet qui consiste à ajouter quatre logements à un immeuble sans but lucratif existant. Le coût total est de 390 000 $. Avant le service de la dette, ces logements produisent un revenu d'exploitation net (REN) de 22 218 $. Néanmoins, en fonction de ce revenu et d'un taux de capitalisation de 9 %, le marché n'évaluerait l'immeuble qu'à 253 500 $ (22 818 $/0,90 $) alors que les coûts de construction se chiffrent à 390 000 $.

Illustration du « déficit financier »

Projet : Ajout de quatre logements à un ensemble sans but lucratif existant

Coûts et financement du projet

	Projet	Par logement
Terrain	40 000	10 000
Avoir propre	175 213	43 803
Coûts de construction	337 500	84 375
Financement	215 500	53 875
Total partiel	377 500	94 375
TPS	13 213	3 303
Frais d'assur. hypoth.	10 775	2 694
Coût total	**390 713 $**	**97 678 $**
Financement total	**226 275 $**	**56 569 $**

Revenus, coûts et encaisse annuels la première année

Revenus :	
Revenu locatif	36 720
Autre revenu	2 400
Log. inoccupés	(782)
Revenu brut	**38 338 $**
Frais d'exploitation :	
Entretien et exploit.	8 320
Impôts fonciers	7 200
Total des fr. d'exploit.	**15 520 $**
Revenu d'exploit. net	**22 818 $**
Payments hypothécaires :	
Principal	1 686
Intérêt	15 012
Total	16 698 $
Encaisse	**6 119 $**

Les prêteurs bénéficiant de l'assurance hypothécaire de la SCHL ne prêteront pas 85 % de la valeur d'emprunt si bien que le prêt maximum assurable pour l'ensemble en question sera de 215 000 $. Cela veut dire que le promoteur doit trouver un moyen de financer la différence entre le coût de construction et le montant maximum du prêt, soit 175 000 $. En supposant, par exemple, que le promoteur possède déjà le terrain et que le projet consiste à ajouter à un immeuble sans but lucratif existant des logements d'une valeur de 40 000 $, le « déficit financier » sera quand même de 135 000 $.

L'exemple ci-dessus reflète les loyers du marché. Si les logements sont destinés à des ménages à revenu faible ou modeste, on devra leur faire payer des loyers moins élevés. Néanmoins, la réduction des revenus locatifs réduit également le revenu d'exploitation net et entraîne une baisse de valeur tout en augmentant le « déficit financier ».

Cet exemple montre bien la nature du « déficit financier » qui, dans cet exemple, oblige à trouver une importante somme complémentaire. De plus, il s'agit là d'une addition relativement petite. La construction d'un nouvel ensemble de 30 à 50 logements entraînerait des coûts d'immobilisation de 2,5 à 5 millions de dollars et exigerait une aide financière supplémentaire de 1 à 3 millions de dollars.

De toute évidence, l'importance du « déficit financier » dépend d'un grand nombre de variables dont : la taille du projet (le nombre de logements), le niveau de revenu des futurs locataires et la mesure dans laquelle l'ensemble peut combler lui-même le « déficit ». La réduction de ce « déficit » représente le principal défi à relever pour des fournisseurs de logements et sous-tend les efforts qu'ils doivent déployer pour trouver d'autres sources de financement dans le secteur philanthropique.

Comme les études de cas le montreront plus en détail, sauf dans ces circonstances exceptionnelles, le soutien du secteur philanthropique ne peut pas combler à lui seul cette lacune.

Autres moyens de combler le « déficit financier »

Les organismes de production de logements abordables qui cherchent à réduire les coûts de construction d'un ensemble et à combler le déficit financier doivent examiner un certain nombre d'options dont les suivantes :

- le financement disponible dans le cadre des nouvelles initiatives dans le domaine du logement;
- le recours à des programmes fédéraux de logements tels que :
  - le financement offert par le Programme d'aide à la remise en état des logements dont le coût est partagé en partie avec certaines provinces;
  - les prêts sans intérêt offerts dans le cadre du Programme de prêts pour la préparation de propositions de la SCHL;
- l'acquisition et la remise en état de logements existants qui revient généralement moins cher que la construction de logements neufs;
- l'obtention d'une aide du gouvernement municipal par des moyens tels que :
  - la réduction ou l'annulation de certains frais ou droits d'aménagement, frais de transaction et taxes;
  - le don ou la vente de terrains en dessous des prix du marché;
  - l'octroi de subventions d'aménagement communautaire;
- l'obtention d'une aide du gouvernement provincial par des moyens tels que :
  - la création de fonds en fiducie pour le logement;
  - les économies générées par le transfert aux provinces des programmes de logement social fédéraux-provinciaux;
- l'obtention de « travail gratuit » de divers groupes communautaires et l'obtention d'une aide du secteur philanthropique sous la forme de dons en espèces, de terrains gratuits ou à prix réduit ou d'appui non financier sous forme de produits et de services de la part de particuliers, entreprises locales, de fondations philanthropiques, de groupes confessionnels, d'autres organismes de bienfaisance et d'entreprises; et
- aide financière dans le cadre de divers programmes du secteur public non reliés au logement (c.-à-d., programmes de formation de la main-d'œuvre, initiatives de développement économique des collectivités).

Malgré le vaste éventail de sources de soutien secondaires, la production de logements abordables sans subvention gouvernementale à long terme en est encore à ses débuts au Canada et un grand nombre des mesures et méthodes susmentionnées ne sont pas à la disposition de tous les organismes qui parrainent la construction de logements abordables. Même dans les localités où ce soutien existe, l'importance de l'aide disponible en totalité et pour chaque ensemble est évidemment limitée. Cette limitation se répercute non seulement sur le nombre de projets qui peuvent être financés, mais également sur la mesure dans laquelle les organismes de production de logements abordables peuvent fournir des logements à ceux qui en ont le plus besoin, c'est-à-dire les ménages à revenu faible ou modeste.

Résumé

Le « déficit financier » du logement abordable constitue un énorme défi pour les organismes sans but lucratif et les coopératives d'habitations sur lesquels le gouvernement comptait jusqu'ici pour fournir des programmes et des services de logement.

Bien qu'il existe des exemples de partenariats réussi pour la production de logements abordables, la plupart de ces organisations n'ont tout simplement pas les moyens de combler leur « déficit » ou de répondre aux besoins des ménages à revenu faible ou modeste. Les fournisseurs traditionnels construisent donc très peu de logements de ce genre.

Les études de cas présentées à l'annexe I révèlent qu'il y a trois catégories de logements abordables construits avec succès. Pour chaque catégorie, le soutien du secteur philanthropique a contribué au financement dans une large mesure, mais pas exclusivement.

- **Communautés d'intérêts** — Ensembles qui répondent aux besoins de logements d'une communauté d'intérêts particulière comme les petites collectivités rurales ou les congrégations religieuses.
- **Circonstances uniques** — Ensembles qui sont réalisables en raison de caractéristiques uniques grâce auxquelles les activités de financement constituent un moyen viable de s'assurer un revenu : petite échelle, long délai de production, mise de fonds en travail bénévole ou appuis non financiers.
- **Enjeu social ou groupe de la population** — Ensembles de logements abordables qui répondent aux besoins liés à un enjeu social ou à ceux d'un groupe de la population, notamment les résidences pour personnes âgées, les hospices pour sidéens et les logements pour personnes souffrant de troubles psychiatriques.

Un nouvel aspect important de la production de logements abordables est le rôle joué par les organismes de bienfaisance et surtout ceux de grande envergure. Ces organismes entretiennent depuis longtemps des relations avec les grandes sociétés et les dirigeants communautaires et ils possèdent l'expérience et les ressources voulues pour mener des campagnes de financement pour la construction de nouveaux logements. Ils ont, dans une très large mesure, assumé la responsabilité de fournir des logements aux membres les plus nécessiteux de leurs collectivités respectives.

Le secteur caritatif au Canada

Pendant que tous les paliers de gouvernement s'efforcent de réduire leur déficit, les organismes de bienfaisance et sans but lucratif assument de plus en plus la responsabilité de fournir des services sociaux que les pouvoirs publics avaient l'habitude d'assurer. En fait, le « troisième secteur » devient une force essentielle au sein de la société canadienne et joue un rôle clé dans la création et la mobilisation du capital social[5].

L'analyse ci-dessous montre que le secteur caritatif varie énormément d'une région à l'autre du Canada, non seulement pour ce qui est du genre de services offerts, mais également l'ampleur de ces services et la variété des initiatives de financement.

Au niveau local, les organismes de bienfaisance établis qui soutiennent des causes relatives à la santé et au bien-être social sont bien placés pour former des partenariats et obtenir l'appui du secteur philanthropique à la production de logements abordables. Ils ont des relations de longue date avec des membres influents de leur collectivité, ils peuvent lever des fonds de façon rentable et ils sont peut-être également les mieux placés pour jouer le rôle d'intermédiaires dans les efforts locaux visant à construire des logements abordables.

Il ne faut toutefois pas oublier que la plupart des organismes de bienfaisance sont de petite taille et qu'ils sont relativement peu nombreux à posséder le personnel professionnel, administratif et bénévole requis pour recueillir les fonds importants qu'exige la construction d'un ensemble de logements abordables dans un environnement de plus en plus concurrentiel.

L'importance des organismes de bienfaisance au Canada

Les Canadiens comptent sur plus de 75 000 organismes de bienfaisance enregistrés pour leur fournir toutes sortes de services allant de la santé et de l'éducation aux parties de baseball pour les enfants handicapés en passant par les musées et les logements pour les réfugiés. En 1994, des sommes évaluées à plus de 90 milliards de dollars sont passées par ces organismes de bienfaisance enregistrés, ce qui représente environ 12 % du produit intérieur brut (PIB) du Canada.

De plus, la main-d'œuvre du secteur caritatif comprenait, en 1993, 1,32 million de Canadiens, soit 9 % de la population active. Ces travailleurs ont reçu environ 40 milliards de dollars en salaires et avantages sociaux soit à peu près 10 % du revenu total de la main-d'œuvre au Canada[6].

Principales caractéristiques du secteur caritatif au Canada

La répartition des organismes de bienfaisance canadiens par catégorie

D'après le type d'organisme de bienfaisance (tel que désigné par l'Agence des douanes et du revenu du Canada), la majorité des organismes de bienfaisance enregistrés (91 %) étaient des organismes caritatifs et les 9 % restants soit des fondations publiques (5 %), soit des fondations privées (4 %).

La répartition des organismes de bienfaisance enregistrés par secteur

Tel qu'indiqué dans la figure 1 ci-dessous, près de la moitié des organismes de bienfaisance du Canada (45 % en 1991) étaient considérés comme des « organisations religieuses », ce qui comprend des congrégations, des paroisses et des organismes missionnaires.

D'autre part, 16 % d'entre eux étaient classés comme organismes « d'aide sociale », 15 % comme des organismes « d'éducation », 14 % comme des organismes « au service de la collectivité » y compris des bibliothèques et des musées et 7 % comme des organismes de santé.

Figure 1 : Répartition des organismes de bienfaisance enregistrés, par secteur, 1991

Source : « *A Portrait of Canada's Charities* », Centre canadien de philanthropie, 1999.

Variations du secteur caritatif par province

D'importantes variations se constatent également entre les divers types d'organismes de bienfaisance d'une région à l'autre du pays. L'examen de 14 catégories d'organismes caritatifs du Québec et de Terre-Neuve révèle que 59 % des 1 029 organismes de bienfaisance de cette dernière province étaient des lieux de culte contre 25 % seulement au Québec. Pour le Canada, le chiffre était de 36 %.

Pour ce qui est des organismes de « service social », seulement 9 % des organismes de bienfaisance terre-neuviens entraient dans cette catégorie contre 23 % au Québec et 14 % dans l'ensemble du Canada.

Il est important de souligner ici qu'il n'existe aucune catégorie distincte pour le « logement » et les services connexes; ces services sont inclus dans la catégorie « autres » qui ne représentait que 2 % soit un peu plus de 1 000 organismes de bienfaisance enregistrés au Canada.

Variations régionales au sein du secteur caritatif au Canada

La répartition régionale des organismes de bienfaisance enregistrés en 1994 montre également d'importantes variations. Par exemple, au Yukon, il y avait, en 1994, 4,3 organismes de bienfaisance pour 1 000 habitants contre 2,4 pour l'ensemble du Canada. Par contre, à Terre-Neuve et au Québec la proportion était de 1,8 pour 1 000 habitants.

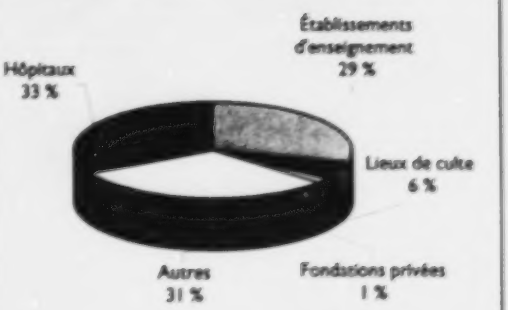
Pour ce qui est des revenus des organismes de bienfaisance pour 1 000 habitants, le Yukon arrivait également en tête avec 6 024 $ contre 1 170 $ seulement pour les Territoires du Nord-Ouest. La moyenne pour le Canada était de 3 075 $ pour 1 000 habitants.

Répartition des revenus des organismes de bienfaisance canadiens

Nous constatons d'importantes différences dans la façon dont les Canadiens soutiennent les diverses catégories d'organismes de bienfaisance. Quelques grandes organisations de ce secteur se partagent la majorité des revenus.

Par exemple, comme le décrit la figure 2 ci-dessous, les hôpitaux ont obtenu 33 % des revenus et les établissements d'enseignement 29 % alors que ces deux catégories d'organismes ne représentent, pris ensemble, que 5 % de l'ensemble des œuvres de bienfaisance enregistrées.

Figure 2 : Répartition des revenus par catégorie d'organismes de bienfaisance



Source : « *A Portrait of Canada's Charities* », Centre canadien de philanthropie, p. 15

Les « autres organismes de bienfaisance », qui comprenaient les organismes œuvrant dans le domaine de la santé, de l'aide sociale et de l'éducation, ont obtenu 31 % des revenus.

Il faut souligner que plus du tiers des organismes de bienfaisance enregistrés sont des lieux de culte, et qu'ils n'ont reçu que 6 % de la totalité des revenus pour l'ensemble du pays.

Répartition des revenus des organismes de bienfaisance par catégorie de revenus et d'organismes

En 1994, le Centre canadien de philanthropie (CCP) a publié une étude intitulée « A Portrait of Canada's Charities » qui concluait que les revenus n'étaient pas répartis également entre les organismes de bienfaisance du Canada.

Par exemple, près de la moitié des organismes caritatifs ont déclaré des revenus inférieurs à 50 000 $ et le tiers des revenus se chiffraient entre 50 000 $ et 249 000 $. Seulement 19 % de ces organismes ont atteint le chiffre de 250 000 $ ou plus et 2 % seulement 5 millions de dollars ou davantage.

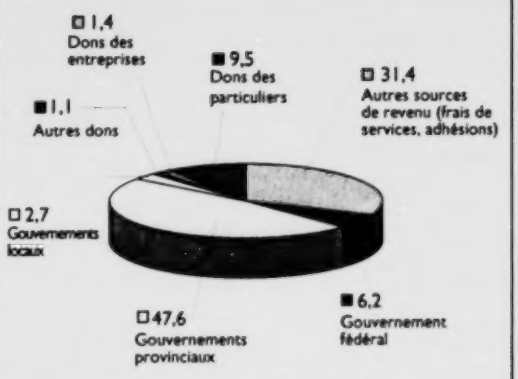
Les lieux de culte figuraient parmi les organismes dont les revenus étaient les plus bas, soit de moins de 250 000 $ pour 69 % d'entre eux et de 5 millions de dollars ou plus pour 0,1 % seulement. Par contre, plus du tiers des hôpitaux interrogés ont déclaré des revenus de 5 millions de dollars ou plus et près des deux tiers, des revenus d'au moins 1 million de dollars.

Sources de financement — Le gouvernement joue un rôle important

Comme le décrit la figure 3 ci-après, le gouvernement est la principale source de financement pour les organismes de bienfaisance enregistrés. Les organismes de bienfaisance canadiens ont reçu plus de la moitié (56 %) de leur financement total de divers niveaux de gouvernement. Autrement dit, les gouvernements leur ont donné près de 6 $ pour chaque dollar donné par les particuliers, les sociétés et les fondations. De plus, les subventions gouvernementales représentaient 14 % de la totalité des dépenses publiques en 1993.

Des trois niveaux de gouvernement ce sont les provinces qui ont fourni le financement le plus important, qui représente 48 % des revenus totaux des organismes de bienfaisance et 84 % du financement qu'ils reçoivent des pouvoirs publics.

Figure 3 : Sources de financement des organismes de bienfaisance, par secteur



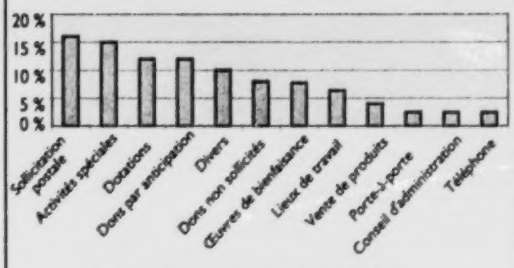
Source : « *A Portrait of Canada's Charities* », Centre canadien de philanthropie, 1994, p.20

Principales méthodes de levée de fonds : Comment les organismes de bienfaisance enregistrés obtiennent une aide financière

Dans le cadre d'un important projet de recherche, le Centre canadien de philanthropie a enquêté auprès d'environ 3 500 organismes de bienfaisance enregistrés en 1995[7]. Cette enquête comprenait une série de questions visant à évaluer l'efficacité des méthodes de levée de fonds et les revenus qu'elles avaient générés. Les chercheurs ont également recherché une corrélation entre les méthodes utilisées et les organismes. Leurs conclusions sont résumées ci-dessous.

L'enquête du CCP a révélé que les sollicitations postales représentaient le pourcentage le plus important des fonds recueillis (16 %), suivies des activités spéciales (15 %), des dotations (12 %), des dons par anticipation (12 %) et de diverses autres méthodes (10 %) tel que le décrit la figure 4 à la page suivante.

Figure 4 : Pourcentage des revenus recueillis selon la méthode de levée de fonds



Source : Centre canadien de philanthropie, 1995, bulletin de recherche, Vol.2

L'étude du CCP a également révélé que la nature des méthodes utilisées par les organismes de bienfaisance différait d'un secteur à l'autre. Les principales constatations sont les suivantes :

Art et culture — Les méthodes que les organismes de ce secteur utilisent le plus souvent pour lever des fonds sont : les activités spéciales (74 %), les jeux de charité (49 %), les ventes de produits (46 %) et la sollicitation postale (42 %).

Les activités qui rapportent le plus gros pourcentage de revenu sont les campagnes de dotation (43 %), la sollicitation postale (14 %), les activités spéciales (12 %), les jeux de charité (8 %) et les ventes de produits (8 %). Seul un petit nombre d'organismes artistiques et culturels font état de campagnes de dotation (15 %), mais ce genre d'activités représente un pourcentage important de leurs revenus (43 %). Ces résultats sont surtout attribuables aux grandes campagnes de dotation menées par trois ou quatre groupes importants. Les organismes artistiques et culturels sont, de toutes les catégories d'organismes caritatifs, les moins portés à faire du porte-à-porte ou des levées de fonds en milieu de travail.

Services à la collectivité — Les organismes de services à la collectivité (qui comprennent les clubs récréatifs et philanthropiques et les organismes de défense des droits) organisent souvent des ventes de produits (55 %), des activités spéciales (50 %) et des jeux de charité (47 %). Le quart de tous les fonds sont recueillis par diverses autres méthodes (appuis non financiers, commandites, etc.). Ces méthodes sont suivies d'activités spéciales (19 %), des jeux de charité (13 %) et des ventes de produits (10 %). Par rapport aux autres types d'organismes de bienfaisance, ceux du secteur des services à la collectivité sont moins portés à solliciter des dons par la poste.

Éducation — Les organismes du secteur de l'éducation comprennent les écoles, les universités et les collèges. Dans leur cas, les activités spéciales (57 %), les ventes de produits (50 %) et la sollicitation postale (43 %) sont les trois activités de financement les plus fréquentes.

Pour cette catégorie d'organismes, les campagnes de dotation représentent la principale source de financement. Ces campagnes représentaient 17 % de la totalité des fonds recueillis même si 17 % seulement des organismes de ce secteur ont déclaré utiliser cette méthode. Les activités spéciales arrivaient en deuxième place avec 16 % des revenus, suivis des dons par anticipation (13 %), des activités diverses (12 %) et de la sollicitation postale (10 %). La moitié des organismes de bienfaisance du secteur de l'éducation ont dit recueillir des fonds grâce à des ventes de produits, mais cette activité ne représentait que 4 % de la totalité des fonds obtenus.

Les organismes de bienfaisance du secteur de l'éducation arrivent deuxième derrière les hôpitaux pour ce qui est des dons par anticipation (25 %) et les campagnes de dotation (17 %). Un plus grand pourcentage d'entre eux disent avoir recours aux sollicitations téléphoniques.

Hôpitaux — Aucun autre type d'organisme caritatif ne participe à un éventail d'activités de financement aussi important que les hôpitaux. Les méthodes de financement les plus souvent utilisées par les hôpitaux sont les activités spéciales (78 %), la sollicitation postale (60 %) et les dons par anticipation (52 %). Les hôpitaux recueillent la majeure partie de leurs fonds grâce à la sollicitation postale (17 %), les campagnes de dotation (17 %), les activités spéciales (16 %), les dons non sollicités (16 %) et les dons par anticipation (15 %). Les hôpitaux arrivent en deuxième place derrière les organismes du secteur de l'éducation pour ce qui est des sollicitations par téléphone.

Santé — Les organismes de bienfaisance du secteur de la santé comprennent les centres d'hébergement, les cliniques de santé mentale et les organismes qui offrent des services d'hygiène publique et de bien-être.

Ces organismes ont dit recourir surtout aux activités spéciales (66 %), aux ventes de produits (40 %), aux jeux de charité (40 %) et aux sollicitations postales (35 %). Les dons par anticipation représentent la principale source de financement pour ces organismes et leur rapportent 20 % des fonds qu'ils recueillent. Les activités spéciales et la sollicitation postale figurent également parmi les principales sources de revenu des organismes de bienfaisance du secteur de la santé. Ces organisations figurent parmi les trois catégories d'organismes de bienfaisance qui font le plus souvent appel aux activités spéciales.

Services sociaux — Les organismes de bienfaisance du secteur des services sociaux comprennent les organismes d'aide sociale et de secours d'urgence. Les quatre méthodes de levée de fonds auxquelles ils font le plus souvent appel sont les activités spéciales (56 %), les jeux de charité (48 %), la sollicitation postale (38 %) et les ventes de produits (36 %). Les campagnes en milieu de travail représentent toutefois leur plus grande source de financement (16 % de leurs revenus totaux) même si seulement 27 % de ces organismes déclarent recourir à cette méthode. Parmi les autres sources de revenu importantes figurent les jeux de charité (14 %), les activités spéciales (14 %) et la sollicitation postale (14 %). Les organismes de services sociaux comptent davantage sur les revenus des jeux de charité et des campagnes de sollicitation en milieu de travail que la plupart des autres types d'organismes de bienfaisance et sont ceux qui comptent le moins sur les dons par anticipation et les dotations.

Autres organismes de bienfaisance — Les méthodes de collecte de fonds signalées le plus souvent par les « autres » organismes de bienfaisance étaient la sollicitation postale (56 %), les activités spéciales (54 %), les jeux de charité (33 %) et les ventes de produits (29 %). Les « autres » organismes de bienfaisance tirent davantage de revenus de la sollicitation postale (23 %) que de toute autre activité. Les dons par anticipation et les activités spéciales sont leur deuxième source de financement, suivis des dons non sollicités (9 %), des campagnes en milieu de travail (8 %) et du porte-à-porte (7 %). Par rapport aux autres organismes de bienfaisance susmentionnés, ces organisations sont celles qui recourent le plus à la sollicitation postale et qui font le moins appel aux jeux de charité et aux ventes de produits.

D'un autre côté, elles lèvent une plus grande partie de leurs fonds au moyen de la sollicitation postale que la plupart des autres types d'organismes de bienfaisance.

Méthodes de financement des organismes de production de logements abordables

Les organismes de production de logements abordables choisiront la méthode la plus appropriée pour lever des fonds après avoir fait une analyse approfondie de leur situation en tenant compte d'un certain nombre de facteurs clés.

Ces facteurs sont les suivants :

Relations avec des membres influents du milieu des affaires et de la collectivité — Seuls les organismes qui ont établi des relations avec des dirigeants de leur collectivité peuvent mener des campagnes de financement réussies. Le succès de ces campagnes dépend presque entièrement de la capacité de ces personnes à faire des dons importants à la campagne et à user de leur influence pour inciter les autres à faire des dons importants.

Emplacement — De nombreux ensembles de logements abordables sont situés dans des localités rurales ou des régions du pays où il y a peu d'entreprises. En pareilles circonstances, il est difficile d'obtenir des dons de sociétés, car les décideurs des entreprises sont généralement poussés à appuyer seulement les projets communautaires qui présentent des avantages évidents pour leurs employés et leur clientèle. Les organismes qui parrainent la construction de logements abordables dans les régions rurales auront de meilleures chances de succès s'ils font appel à des méthodes qui font participer activement la collectivité telles que le porte-à-porte et les activités spéciales. Par contre, les ensembles de logements situés dans les régions urbaines où il y a une plus grande concentration de sociétés et de fondations ont plus de chance d'obtenir le soutien financier de ces sources.

Niveau de financement public — Un organisme est beaucoup mieux en mesure d'obtenir le soutien des sociétés, des fondations et des particuliers une fois qu'il a obtenu un financement des pouvoirs publics locaux, provinciaux ou fédéraux. Du point de vue du donateur, le financement public ajoute énormément de crédibilité au projet et les donateurs sont presque toujours prêts à contribuer davantage à un projet ou à une cause qui a obtenu des fonds de diverses sources dont le gouvernement.

Envergure du projet — Le coût d'un ensemble de logements abordables peut avoir une influence sur la méthode utilisée pour lever des fonds. Par exemple, le porte-à-porte et les activités spéciales peuvent générer suffisamment d'argent pour financer un petit ensemble de logements abordables. Néanmoins, pour les projets de grande envergure, en plus des fonds publics, l'organisme doit presque toujours solliciter l'appui des sociétés et des fondations.

Tel qu'indiqué ci-dessus, les chances d'obtenir des dons de ces sources dépendent presque entièrement de la capacité de l'organisme à obtenir la participation bénévole de dirigeants du milieu des affaires et de la collectivité.

Le choix du moment — La levée de fonds pour le financement d'un projet est une opération longue et laborieuse et, pour la réussir, il faut comprendre que la façon dont le donateur prend ses décisions prime sur tout le reste. Par exemple, les entreprises établissent leur budget des mois avant le début de leur exercice financier. Il n'est donc pas aussi efficace d'aller voir une société en janvier pour obtenir une contribution en mars que de solliciter son appui en septembre pour un don qui sera fait l'année suivante. Si l'on a besoin d'argent rapidement, il faut envisager d'autres méthodes de financement comme les activités spéciales, le porte-à-porte et la sollicitation postale. Chacune de ces méthodes requiert également du temps et de l'argent.

Une fois que l'on a tenu compte de tous les facteurs susmentionnés, il faut établir un plan réaliste qui répondra aux réalités et aux défis que représente le projet. Les administrateurs du projet et les bénévoles se serviront de ce plan pour coordonner et intégrer les activités de financement afin qu'elles aient le maximum d'efficacité.

L'argent, le temps et les efforts à consacrer à une campagne de financement

Selon le Centre canadien de philanthropie, une campagne de financement coûte en moyenne 26 % des fonds recueillis; la moitié des organismes de bienfaisance auprès desquels il a enquêté ont déclaré des frais de financement équivalant à 12 % ou moins des revenus obtenus. Il ne faut pas oublier que ces statistiques proviennent d'organismes qui emploient le plus souvent diverses méthodes de levée de fonds, dont certaines sont plus rentables que d'autres. En règle générale, le coût des campagnes de financement est proportionnel à la participation personnelle des bénévoles. Par exemple, la sollicitation postale est beaucoup plus rentable que le porte-à-porte.

L'organisation d'activités spéciales peut être très coûteuse et souvent peu rentable. La participation active de bénévoles à la vente de billets et à l'obtention de commandites et d'appuis non financiers peut nettement améliorer la rentabilité de ce genre d'activités.

La mesure dans laquelle un organisme réussit à faire participer des bénévoles et à recueillir ainsi des fonds de façon rentable détermine également sa longévité. Les organismes caritatifs établis de longue date ont généralement constitué davantage de réseaux de bénévoles que les organismes plus récents. À cet égard, les producteurs de logements abordables sont énormément désavantagés par rapport à des institutions comme les hôpitaux et les établissements d'enseignement.

Le recours à des consultants en campagnes de financement

Les Canadiens ont généralement une opinion négative des consultants privés en campagnes de financement, mais d'après notre enquête, 19 % des organismes de bienfaisance (surtout ceux de grande envergure) avaient fait appel à un consultant rémunéré au cours des cinq dernières années. Cinq pour cent d'entre eux payaient le consultant au pourcentage et 13 % lui versaient un montant fixe d'honoraires. L'utilisation que les diverses catégories d'organismes de bienfaisance faisaient des consultants variait peu d'une région à l'autre, mais la tendance à faire appel à un professionnel était beaucoup plus marquée en Ontario et en Colombie-Britannique. Les consultants étaient surtout utilisés pour les campagnes de sollicitation postale, les activités spéciales, les campagnes de sollicitation téléphoniques et les campagnes de dotation.

En ce qui concerne l'utilisation de consultants en campagnes de financement pour les initiatives de logements abordables, voici quelles sont nos recommandations :

- Nous recommandons le recours à des consultants pour les campagnes de dotation. Les consultants peuvent valoriser un projet en fournissant divers services essentiels, notamment en menant une étude de faisabilité, en préparant un dossier convaincant pour défendre la cause, en établissant le plan de levée de fonds, en fournissant une formation aux principaux administrateurs et bénévoles du projet, en préparant la lettre à adresser aux entreprises et aux fondations et en accompagnant le bénévole et le personnel lors des visites de sollicitation.
- Il est préférable de verser des honoraires fixes plutôt qu'un pourcentage étant donné que cette dernière formule risque d'inciter un comportement contraire aux règles d'éthique chez les consultants et ternir ainsi la réputation de l'organisme de bienfaisance. Il est préférable de suivre rigoureusement les méthodes de levée de fonds (définies par la National Society of Fundraising Executives) et le principe de la transparence.

Résumé

Les organismes de bienfaisance font partie intégrante de notre tissu social et de notre qualité de vie étant donné qu'ils représentent environ le huitième du PIB du Canada. Le secteur caritatif est fortement représenté par les organismes confessionnels, suivis des organismes d'aide sociale et d'éducation.

La concentration des organismes de bienfaisance et leur répartition selon le principal type d'activités auxquelles ils se livrent varient énormément d'une région à l'autre.

Au Canada, le financement des organismes de bienfaisance favorise également beaucoup les hôpitaux et les établissements d'enseignement même si ces derniers ne représentent qu'une proportion relativement limitée du secteur caritatif. Les organisations confessionnelles ont reçu une part relativement faible des revenus totaux de ce secteur, bien qu'elles en représentent une proportion plus importante. Les subventions et frais de service versés par le gouvernement apportent environ trois dollars de revenu sur cinq. Le financement gouvernemental favorise également le rôle important joué par les hôpitaux et les établissements d'enseignement.

Pour ce qui est des méthodes de financement, les organismes de bienfaisance du Canada en utilisent tout un éventail, mais pour ce qui est des producteurs de logements abordables, les moyens à adopter dépendent beaucoup d'une évaluation réaliste et approfondie de chaque projet.

Il faut également mentionner que les consultants en campagnes de financement, surtout pour les projets de grande envergure, peuvent fournir un certain nombre de services importants aux organismes de bienfaisance et qu'ils sont particulièrement utiles pour faciliter les campagnes de dotation qu'exigent la construction de nouvelles installations et surtout la construction de logements abordables.

Nous allons maintenant examiner la communauté des donateurs et les répercussions de ses caractéristiques sur le soutien philanthropique à la production de logements abordables.

Les dons de charité jouent un rôle essentiel dans la société canadienne. Ils améliorent la qualité de vie des bénéficiaires, ils fournissent un moyen par lequel les gens peuvent exprimer leur idéal et leurs valeurs et ils permettent à de nombreux organismes de bienfaisance et sans but lucratif de fournir les services si importants pour le bien-être des citoyens et de leurs collectivités. En 1997, environ 21 millions de Canadiens ont fait des dons en argent ou en appui non financier à des organismes de bienfaisance.

Les pages ci-après feront suite à ce que nous avons appris jusqu'ici en examinant en détail la façon dont les particuliers, les sociétés et les fondations ont l'habitude de donner et les conclusions à en tirer pour l'aide au logement abordable.

Sources de financement non gouvernementales des organismes de bienfaisance

La majeure partie du financement non gouvernemental dont bénéficient les organismes de bienfaisance au Canada provient des particuliers. Les dons de charité des Canadiens par rapport à la totalité du financement non gouvernemental des organismes de bienfaisance ont largement augmenté passant de 73 % en 1983 à 81 % en 1986 et se sont maintenus depuis aux alentours de 80 % à 82 %[1]. Les dons émanant des fondations ont légèrement diminué par rapport à l'ensemble des dons entre 1983 et 1996, tombant de 9 % à 7 %. Les dons des sociétés ont également suivi une courbe descendante, beaucoup plus marquée, tombant de 18 % en 1983 à 11 % en 1996.

Dons des particuliers

L'incidence des dons des particuliers varie énormément d'un groupe à l'autre de la population canadienne, de même que le montant des dons. Un don de charité est le résultat de divers facteurs dont la capacité financière, les valeurs et la possibilité de donner. Certains facteurs peuvent « prédire » les dons de charité. Nous examinons ci-après trois facteurs « prédictifs » : l'effet des incitatifs fiscaux, le revenu et l'âge.

Priorités des donateurs canadiens

Comme l'indique la figure 5, les organismes du secteur de la santé sont ceux qui ont reçu le plus de dons de particuliers (38 % du total) en 1995. Ils étaient suivis des organismes de service social (21 %) et des organismes confessionnels (15 %).

Ces derniers n'ont reçu que 15 % du nombre total de dons, mais ceux-ci se chiffraient à plus de 50 % de la valeur totale des dons.

Pour ce qui est du montant total donné, les organismes du secteur de la santé ont été les deuxièmes bénéficiaires des dons de charité et ils ont reçu 17 % du montant total des dons. Les organismes de service social arrivaient en troisième place avec 11 % du total. Comme l'indique le diagramme ci-dessous, le logement n'est pas une priorité pour les donateurs. Il est inclus dans la catégorie « autres » et doit se contenter d'une partie de moins de 2 % de la totalité des dons de charité.

Figure 5 : Nombre et montant des dons, par catégorie d'organisme, 1997

Type d'organisme	% du nombre total de dons	% du montant total donné
Santé	38	17
Services sociaux	21	11
Religion	15	51
Éducation et recherche	7	4
Philanthropie et bénévolat	5	6
Culture et arts	4	3
Aide internationale	2	3
Environnement	2	2
Autres (développement et logement; lois, défense des intérêts et politiques; secteur des affaires et associations professionnelles)	2	2

Source : Canadiens dévoués, Canadiens engagés, Statistique Canada, 1998, p. 2.

L'effet des incitatifs fiscaux sur les dons de charité

Également désignés comme « le prix de la générosité », les incitatifs fiscaux ont une répercussion sur l'incidence des dons de charité. Les contribuables ont tendance à réagir de façon positive aux incitatifs fiscaux qui visent à stimuler les dons. Autrement dit, les incitatifs fiscaux qui ont pour but de favoriser les dons de charité augmentent les revenus des organismes de bienfaisance d'un montant plus important que la perte de revenu fiscal qu'une augmentation des déductions entraîne pour le gouvernement.

La validité de cette constatation est toutefois modérée par le comportement des donateurs canadiens qui, souvent, ne demandent pas de reçus d'impôt pour leurs dons de charité. Le Centre canadien de philanthropie a constaté qu'aucun reçu n'était émis pour un important montant de dons et qu'aucune déduction d'impôt n'était réclamée pour une forte proportion de dons ayant fait l'objet d'un reçu. Autrement dit, pour chaque montant de 100 $ donné aux organismes de bienfaisance, seulement 80 $ de reçus sont émis et 43 $ font l'objet d'une déduction d'impôt. D'autre part, ces conclusions se fondent sur les montants déclarés, qui sous-estiment grandement le montant total des dons. Si les Canadiens ne réclament pas une déduction d'impôt c'est pour diverses raisons, y compris l'ignorance de leurs droits bien que, selon une étude de l'Agence des douanes et du revenu les donateurs tiennent davantage à obtenir un reçu si le don est suffisamment élevé[9].

Revenu

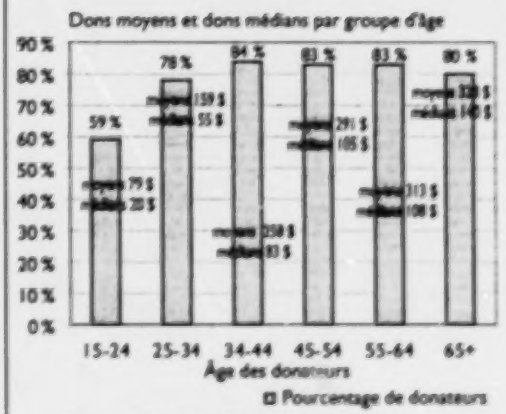
Le revenu ou « l'élasticité du revenu » joue également un rôle prévisible en ce qui concerne les dons de charité. Autrement dit, il existe une relation positive entre l'augmentation du revenu et l'augmentation des dons des particuliers.

Il faut toutefois souligner que le revenu moyen réel des ménages canadiens (compte tenu de l'inflation) a diminué au cours de la dernière décennie. Depuis 1987, le montant total annuel donné par les particuliers qui réclament une déduction pour don de charité — soit environ 3,4 milliards de dollars pour 27 % des contribuables — est demeuré au niveau de 0,69 % du revenu.

Âge

Les Canadiens ont tendance à donner plus en vieillissant. Comme le décrit la figure 6 ci-dessous, par exemple, moins de 60 % des Canadiens âgées de 15 à 24 ans ont fait un don de charité en 1997. Ce pourcentage atteignait 78 % entre 25 et 34 ans et 83 % entre 35 et 64 ans.

Figure 6 : Pourcentages de donateurs et montant du don par groupe d'âge



Source : Canadiens dévoués, Canadiens engagés, Statistique Canada, 1998, p.16

Enfin, environ 80 % des Canadiens de plus de 65 ans ont fait des dons de charité en 1997. La valeur des dons des particuliers a également augmenté avec l'âge, passant d'une contribution annuelle moyenne de 79 $ pour les 15 à 24 ans à 328 $ pour les 65 ans et plus[10].

Comment les Canadiens font des dons

Les particuliers et les sociétés ont apporté aux organismes de bienfaisance enregistrés 10 % de leurs revenus en 1993, mais les particuliers ont donné 7 à 10 fois plus que les sociétés. En 1993, les particuliers ont ainsi versé environ 8,2 milliards de dollars, ce qui équivaut à 2 % des dépenses personnelles faites dans l'économie nationale. Autrement dit, les Canadiens ont donné davantage à des organismes de bienfaisance enregistrés qu'ils n'ont dépensé pour l'achat de meubles et d'appareils électroménagers, et plus que leurs dépenses au détail pour des vêtements et des chaussures d'hommes et de femmes.

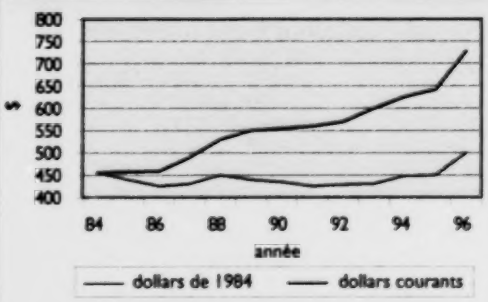
Dons moyens des Canadiens

Le montant total des dons pour lesquels les Canadiens ont demandé une déduction d'impôt a augmenté de 453 millions de dollars entre 1987 et 1996, ce qui représente une progression de 12,9 % en dollars courants et de 11,2 % en dollars réels (compte tenu de l'inflation). En tenant compte de l'inflation, 1996 est l'année où les dons ont le plus augmenté depuis 1984.

Comme l'indique la figure 7, le don moyen que les particuliers ont fait en 1996 était de 728 $, ce qui représente une croissance de 13,4 % par rapport à 1995 où le don moyen était de 642 $, et une majoration de 11,7 % si l'on tient compte de l'inflation.

Compte tenu de l'inflation, le don moyen (en dollars de 1984), a atteint son niveau le plus bas en 1991 et est remonté graduellement depuis. La progression spectaculaire de 1996 a porté pour la première fois le don moyen réel (en dollars de 1984) au-dessus des niveaux atteints en 1984[11].

Figure 7 : Dons moyens déclarés de 1984 à 1996



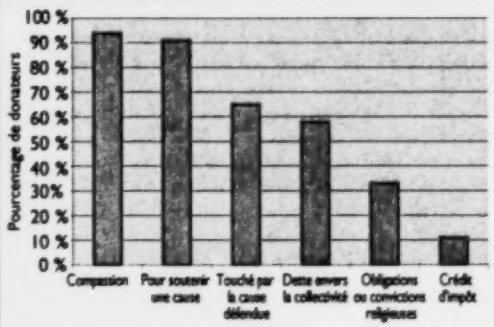
Source : Bulletin de recherche, « *Trends in Individual Donations* ». 1984-1996. Vol. 4, Nº 4, Centre canadien de philanthropie, p.3.

Motivation des particuliers donateurs

Les Canadiens donnent aux organismes de bienfaisance pour toutes sortes de raisons personnelles. Les résultats de l'enquête illustrés dans la figure 8 montrent que les raisons les plus souvent citées sont « par compassion envers les personnes dans le besoin » (94 %) et « pour soutenir une cause à laquelle je crois » (91 %). La plupart des donateurs (65 %) se sont déclarés également « touchés par la cause que défend l'organisme ». De plus, 58 % ont donné parce qu'ils estimaient avoir une « dette envers la collectivité ». Environ le tiers des donateurs ont donné pour satisfaire à leurs obligations et à leurs convictions religieuses et seulement 11 % pour recevoir un crédit d'impôt.

La forte incidence des dons faits par compassion ou pour soutenir des causes laisse entendre que les Canadiens pourraient très bien appuyer la production de logements abordables par l'entremise de leurs dons de charité si cette cause leur semblait suffisamment prioritaire.

Figure 8 : Raisons qui incitent les Canadiens à faire un don de charité



Source : Canadiens dévoués, Canadiens engagés, Statistique Canada, 1998, p. 22-23

Les dons de charité des sociétés

Nous examinerons ci-après les caractéristiques des dons de charité que font les sociétés au Canada et leurs conséquences pour l'aide à la production de logements abordables.

Pourquoi les sociétés donnent-elles aux organismes de bienfaisance?

Les sociétés font des dons aux organismes de bienfaisance ou pour défendre des causes charitables pour toutes sortes de raisons dont en voici quelques-unes :

- de plus en plus, les sociétés se rendent compte que la conscience sociale qu'elles manifestent (ou son absence) incite le public à acheter ou ne pas acheter leurs produits;
- les sociétés défendent de plus en plus des causes qui rejoignent leurs objectifs commerciaux; par exemple, une maison d'édition soutiendra une campagne d'alphabétisation ou un fabricant de produits alimentaires soutiendra un programme de petits déjeuners à l'école;
- certaines sociétés estiment avoir la responsabilité sociale d'apporter leur contribution à la collectivité qui les fait vivre;
- un partenariat avec un organisme de bienfaisance peut renforcer la crédibilité d'une campagne publicitaire et augmenter l'impact de la publicité dans les journaux, à la radio et à la télévision;
- de nombreuses sociétés souhaitent soutenir des causes et des organismes qui sont importants pour leurs employés et leurs familles;
- les entreprises peuvent mieux faire connaître leur marque aux consommateurs en utilisant le matériel promotionnel de l'organisme de bienfaisance; et
- les entreprises peuvent accroître leur visibilité et améliorer leur image auprès de leur clientèle en participant à des activités spéciales tels que des campagnes de financement.

Tendances récentes des donations des sociétés

Avec l'évolution du climat des affaires, qui est de plus en plus marqué par une concurrence accrue, des fusions, des acquisitions et des restructurations, les sociétés ont renoncé aux méthodes qu'elles utilisaient par le passé pour donner aux œuvres de bienfaisance[12]. Voici quelques-unes des tendances les plus récentes :

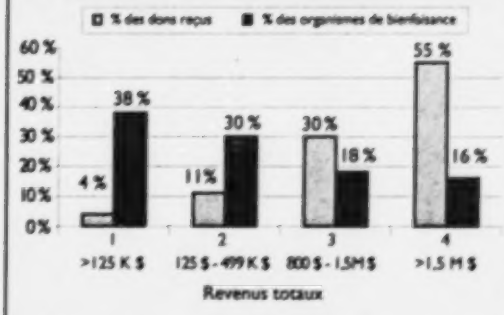
- de plus en plus, les sociétés veulent tirer des avantages et des résultats clairement définis de leurs investissements sociaux;

- les sociétés sont en train de spécialiser leur financement (autrement dit, elles appuient les causes qui rejoignent leurs propres intérêts);
- les entreprises se sont lancées dans des campagnes de sensibilisation motivées par des intérêts commerciaux pour stimuler la loyauté de leur clientèle interne et externe en soutenant des organismes de bienfaisance; et
- les sociétés cherchent à apporter leur soutien sous d'autres formes de dons telles qu'un appui non financier, des produits, des compétences, des commandites, des initiatives reliées à une cause, des services spéciaux et des programmes en incitant leurs employés à participer davantageà des activités philanthropiques.

Niveaux de contribution des sociétés : les organismes de bienfaisance de grande envergure reçoivent plus

Le secteur des affaires a tendance à donner aux œuvres de bienfaisance de grande envergure. Comme l'illustre la figure 9, par exemple, près du tiers des dons de sociétés ont été faits à des organismes caritatifs dont les revenus se chiffraient entre 500 000 $ et 1,5 million de dollars. Les 68 % d'organismes de bienfaisance restants n'ont reçu que 15 % des contributions totales des entreprises canadiennes.

Figure 9 : Répartition des dons des sociétés selon la taille de l'organismes de bienfaisance

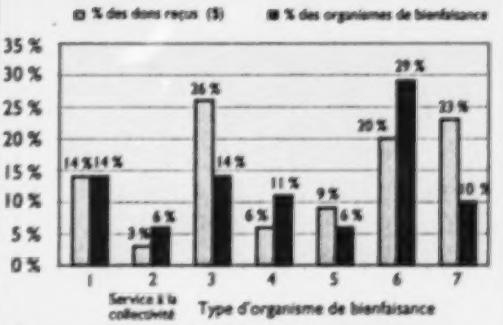


Source : Bulletin de recherche, « *What Types of Charities are Getting Donations* », Vol. 3, N°. 4, Centre canadien de philanthropie, 1996, p.2.

De plus, les petits organismes de bienfaisance n'ont reçu qu'un montant de dons modeste des sociétés. Par contre, au moins la moitié des organismes philanthropiques dont les revenus dépassaient 1,5 million de dollars ont déclaré des dons de 112 000 $ ou plus.

Quels sont les types d'organismes de bienfaisance qui bénéficient le plus des dons des sociétés?

Figure 10 : Répartition des dons des sociétés par type l'organismes de bienfaisance



Source : Bulletin de recherche, « *What Types of Charities are Getting Donations* », vol. 3, no 4, Centre canadien de philanthropie, 1996, p. 3.

Une étude récente (voir figure 10) a révélé que les dons des sociétés variaient selon le type d'organisme de bienfaisance. Trois des sept catégories d'organismes examinés ont reçu près des trois quarts des dons des sociétés. Il s'agit des organismes œuvrant dans le secteur de l'éducation, dans les « autres » secteurs et dans les services sociaux. Les organismes du secteur de l'éducation ont obtenu plus du quart de la totalité des dons des entreprises même s'ils ne représentaient que 14 % des organismes inclus dans l'enquête. Les « autres » organismes ont reçu plus de 20 % des dons, mais ne représentaient que 10 % des organismes de bienfaisance examinés.

Certains types d'organismes philanthropiques reçoivent du secteur des affaires beaucoup moins de dons que les autres. Par exemple, les organismes qui œuvrent dans le domaine des services sociaux ont obtenu 20 % des dons des sociétés alors qu'ils représentaient près de 30 % des organismes de bienfaisance.

En ce qui concerne le montant donné, les hôpitaux, les organismes du secteur de l'éducation, de la santé et des autres catégories ont reçu des sociétés presque deux fois plus que ceux qui œuvrent dans les services sociaux, les services à la collectivité ainsi que les arts et la culture. Par exemple, au moins la moitié des hôpitaux ont déclaré avoir obtenu au moins 18 000 $ (valeur médiane) par comparaison avec une valeur médiane totale de 5 000 $ à 6 000 $.

Niveaux des contributions selon le type de société

Une enquête menée en 1994 par le Conference Board du Canada a révélé que sur 147 entreprises, celles du secteur bancaire étaient, de loin, celles qui donnaient le plus, soit plus de 41 millions de dollars ou environ 38 % sur les 109 millions de contributions totales des participants à l'enquête. Les sociétés immobilières, de portefeuille et de placement, qui pourraient être mieux placées que la plupart des autres pour faire don de leur temps, de leur argent et de leur compétence pour la production de logements abordables, ont donné 6,47 millions de dollars, soit 6 % du total des dons.

Types de dons ayant la préférence des sociétés

Les sociétés donnent de plus en plus leur appui non financier plutôt qu'en espèces. Cette forme d'aide est aussi efficace que les dons en espèces étant donné que les appuis non financiers correspondent souvent à ce qu'un organisme de bienfaisance achèterait avec l'argent recueilli. Ces dons comprennent des produits alimentaires, des fournitures médicales, des ordinateurs, de la formation, des meubles, de l'espace de bureau et des véhicules. Dans certains cas, les organismes de bienfaisance peuvent obtenir du matériel publicitaire lorsqu'une société leur fait don des services de son agence de publicité.

Émergence de la commercialisation reliée à une cause

La commercialisation reliée à une cause est un type de campagne de financement conjointe auquel les sociétés recourent plus souvent pour soutenir le secteur caritatif. Cette technique de commercialisation consiste à céder à un organisme de bienfaisance un pourcentage des ventes de certains produits. Cette formule présente deux avantages :

- elle rapporte des fonds pour l'organisme de bienfaisance;
- elle offre à l'entreprise de nouveaux débouchés promotionnels pour la vente de ses produits.

Pour que le partenariat soit couronné de succès, il faut que l'entreprise et l'organisme de bienfaisance soient bien assortis. Ce genre d'alliance stratégique peut contribuer à la fidélisation des clients de l'entreprise.

L'appui des sociétés à la production de logements abordables

Les sociétés n'ont pas jugé prioritaire de financer des organismes de production de logements abordable. Leur appui direct au logement abordable a été très limité jusqu'ici. Néanmoins, les sociétés font de nombreux dons à des organismes de bienfaisance qui œuvrent dans le domaine de la santé, des services sociaux et de la religion, dont un bon nombre ont construit des logements pour répondre aux besoins de groupes particuliers comme les aînés, les jeunes à risques et les personnes souffrant de troubles psychiatriques.

Les dons de charité des fondations au Canada

Les œuvres de bienfaisance sont considérées comme des *fondations* si leur rôle premier est de débourser des fonds tandis qu'elles sont considérées comme des *organismes de bienfaisance* si leur fonction première consiste à recevoir des fonds. Les fondations sont à leur tour classées dans deux catégories : les fondations publiques qui lèvent des fonds pour réaliser leurs propres programmes et activités ou pour financer d'autres bénéficiaires et les fondations privées qui reçoivent habituellement de l'argent d'une seule source pour le redistribuer en fonctions de leurs critères. Une autre caractéristique qui distingue ces deux catégories d'organismes est que les fondations publiques ne peuvent pas obtenir plus de 50 % de leur capital de donateurs avec lesquels elles ont un lien de dépendance tandis que les fondations privées ne sont pas assujetties à ce genre de limitation.

Les fondations et le genre de causes qu'elles soutiennent

Les fondations privées sont établies le plus souvent dans des domaines tels que l'aide sociale (35,8 %) et l'éducation (23,7 %). Les fondations publiques ont des objectifs un peu plus variés : 23,5 % œuvrent dans le secteur de la santé, 22,8 % dans celui de l'aide sociale et 19,5 % dans le secteur de l'éducation.

Le travail des fondations ne correspond pas à celui des organismes de bienfaisance. Par exemple, 45,8 % des organismes de bienfaisance ont une vocation religieuse contre 9,1 % seulement des fondations privées et 11,1 % des fondations publiques. D'autre part, un pourcentage plus important de fondations ont été créées dans le secteur de l'aide sociale que ce n'est le cas pour les organismes de bienfaisance. D'après des données datant de 1993, la majorité des subventions des fondations ont été dirigées vers la santé (27 %), l'éducation (23 %) et les services sociaux (21 %).

Critères d'approbation des demandes de financement

Les critères dont les fondations se servent pour évaluer les demandes de financement varient énormément et reflètent la grande diversité des fondations et des domaines qu'elles desservent. Il n'est pas étonnant que le volume de demandes de financement ait augmenté et qu'un grand nombre de fondations aient été forcées d'adopter de nouvelles stratégies pour y faire face. Par exemple, la London Community Foundation demande aux requérants de présenter une lettre d'intention pour faciliter son évaluation des propositions afin d'y consacrer moins de temps.

L'appui des fondations au logement abordable

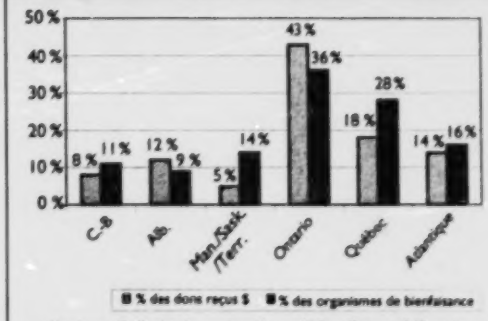
Il y a peu de fondations canadiennes qui soutiennent directement la production de logements abordables. Le Répertoire canadien des fondations et des subventions de 1996-1997 énumère 21 fondations qui travaillent dans le domaine de l'habitation. Néanmoins, comme la plupart de ces institutions ont plusieurs autres domaines d'intérêt, cette source ne permet pas d'établir le montant d'argent qui est consacré exclusivement au logement. La Van City Community Foundation, par exemple, cite le logement parmi ses trois principaux domaines d'intérêt qui ont fait l'objet de 54 subventions d'un montant total de 158 739 $ en 1995.

La répartition géographique des dons de charité au Canada

La répartition géographique des dons de charité varie énormément d'une région à l'autre tant pour ce qui est des organismes qui reçoivent des fonds que des organisations et des particuliers qui donnent de l'argent. Par exemple, les organismes de bienfaisance de l'Alberta semblent recevoir davantage de subventions et de donations gouvernementales tandis que ceux du Manitoba et de la Saskatchewan en reçoivent moins que les autres. Les organismes de ces deux dernières provinces et des provinces de l'Atlantique sont ceux qui font le plus appel aux dons des entreprises. Les organismes de bienfaisance de l'Atlantique figurent parmi ceux qui sollicitent le moins le financement des fondations.

Au niveau régional, l'Ontario est la province qui reçoit le plus fort pourcentage de subventions et donations de toutes catégories tandis que le Manitoba, la Saskatchewan et la Colombie-Britannique obtiennent une proportion beaucoup plus petite de dons des sociétés que les autres régions. Les organismes de bienfaisance de l'Atlantique sont ceux qui obtiennent le pourcentage le plus faible de subventions gouvernementales et, avec leurs homologues du Manitoba et de la Saskatchewan, la plus faible proportion de subventions des fondations.

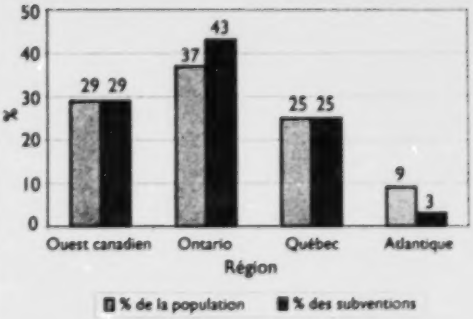
Figure 11 : Répartition des dons des sociétés et des organismes de bienfaisance, par province ou région, 1993



Source : Bulletin de recherche, « *What Types of Charities are Getting Corporate Donations?* » Vol. 3, Nº 4, Centre canadien de philanthropie, 1996, p.4

Répartition géographique des dons des particuliers

Figure 12 : Subvention des fondations par région au Canada, 1993



Source : Bulletin de recherche, « *What Type of Charities are Getting Corporate Donations?* » Vol. 3, Nº. 4, Centre canadien de philanthropie, 1996.

Le pourcentage des particuliers qui font des dons et la valeur annuelle totale des dons varie d'une province à l'autre. En 1997, la population des provinces de l'Atlantique (82 % à 84 %) et de la Saskatchewan (83 %) a donné davantage que celle de la Colombie-Britannique (73 %), de l'Alberta (75 %) et du Québec (75 %). Néanmoins, les Albertains ont fait des dons d'un montant moyen plus élevé (337 $) tandis que les donateurs du Québec (127 $), de Terre-Neuve (166 $) et des provinces de l'Atlantique ont fait des contributions moyennes plus petites que ceux des autres provinces.

Répartition géographique des dons des sociétés

Comme le montre la figure 11, ce sont des organismes de bienfaisance de l'Ontario qui bénéficient de la majeure partie des dons des sociétés, soit 43 %. De plus, cette province reçoit proportionnellement plus de dons des sociétés que le pourcentage des organismes de bienfaisance du pays qui y sont établis (36 %). Les organismes de bienfaisance du Manitoba, de la Saskatchewan et des Territoires sont, par contre, ceux qui ont obtenu le moins d'argent des sociétés, et même beaucoup moins que la proportion du nombre total d'organismes de bienfaisance nationaux qu'ils représentent.

La concentration de grandes sociétés en Ontario, surtout dans la région métropolitaine de Toronto peut expliquer pourquoi les organismes de bienfaisance de l'Ontario reçoivent un montant disproportionné des dons des sociétés. Une autre explication peut être la concentration en Ontario d'organismes de bienfaisance prestigieux qui ont plus de chance d'obtenir des dons des entreprises en raison de leur grande envergure ou de leur domaine d'intérêt, par exemple les arts et la culture ou l'éducation.

Répartition géographique des dons des fondations

Il y a nettement plus de fondations privées en Ontario que dans les autres régions du pays. Par contre, la région de l'Atlantique est celle qui en compte le moins. Les fondations publiques sont réparties assez équitablement dans toutes les régions, sauf l'Ontario où elles sont moins nombreuses par habitant que dans les autres régions.

Les fondations ne limitent pas nécessairement leur financement à une région donnée, mais il est souhaitable, pour un organisme de bienfaisance, d'être situé là où se trouvent un nombre relativement important de fondations. Les fondations et les organismes philanthropiques situés dans la même région comprendront mieux les besoins régionaux et se connaîtront davantage. Ces deux facteurs augmentent le potentiel d'obtenir un financement des fondations. Comme l'illustre la figure 12, le pourcentage des subventions dont bénéficie l'Ontario (43 %) est plus important que le pourcentage de sa population (37 %). L'Ouest canadien et le Québec reçoivent un pourcentage de subventions équivalant au pourcentage de leur population. Néanmoins, la région de l'Atlantique reçoit seulement le tiers de ce qu'elle devrait recevoir normalement compte tenu de sa population.

La façon dont les Canadiens font des dons varie beaucoup. L'âge, le revenu et les crédits d'impôt sont autant de facteurs qui influent sur leur générosité. Les particuliers deviennent une source de financement non gouvernementale de plus en plus importante pour les organismes de bienfaisance tandis que la proportion du financement des sociétés et des fondations est en baisse. Un examen des dons des sociétés a révélé que ces dernières ont donné surtout aux organismes de bienfaisance de grande envergure tandis que la plupart des subventions accordées par des fondations étaient d'un montant limité.

Ce qui précède révèle aux organismes de production de logements abordables que très peu de particuliers, de sociétés et de fondations contribuent directement au financement de logements abordables. Ils cherchent toutefois à répondre aux besoins de logements de certains groupes vulnérables de la population en faisant des dons de charité à des organismes œuvrant dans le domaine de la santé, des services sociaux et de la religion qui construisent des logements répondant aux besoins d'un groupe particulier ou à un enjeu social.

Les conséquences fiscales des dons aux organismes de bienfaisance et sans but lucratif

Les pages qui suivent présentent un résumé de certaines des considérations juridiques et techniques plus complexes[13] qui déterminent dans quelles conditions les dons à des organismes de bienfaisance et sans but lucratif sont déductibles d'impôt. Même si c'est rarement dans le but premier d'obtenir un crédit d'impôt que les donateurs apportent leur soutien financier à un organisme de bienfaisance, les incitatifs fiscaux poussent de nombreux contribuables à faire un don.

Nous commencerons par examiner la différence entre deux catégories d'organismes de bienfaisance soit les organismes « enregistrés » qui peuvent émettre des reçus aux fins de l'impôt et des organismes « non enregistrés » qui n'ont pas cette possibilité. Cette partie du rapport intéressera particulièrement les organismes sans but lucratif qui n'ont pas le statut d'organisme de bienfaisance « enregistrés » et qui pourraient rechercher l'appui financier d'organismes « enregistrés » pour produire des logements abordables.

Nous examinerons également l'utilisation que les municipalités canadiennes pourraient faire des dons pour soutenir la production de logements abordables, soit directement soit dans le cadre d'un partenariat avec des organismes de bienfaisance non enregistrés tels que des organismes sans but lucratif.

Avant de résumer les répercussions potentielles de la fiscalité sur les dons philanthropiques à l'appui du logement abordable, nous verrons les divers traitements fiscaux des différents types de dons (dons en espèces, appui non financier sous la forme de biens et de services, en terrains ou autres immeubles, faits par divers donateurs philanthropiques : particuliers, sociétés, entreprises et d'autres organismes de bienfaisance.)

Définition des organismes de bienfaisance canadiens

L'Agence des douanes et du revenu[14] classe dans deux grandes catégories les organismes qui se livrent à des activités jugées souhaitables pour la société : ceux qui sont enregistrés comme organismes de bienfaisance et ceux qui ne le sont pas[15].

Les organismes de bienfaisance enregistrés se livrent à des activités qui servent l'intérêt public en général. Il peut s'agir d'œuvres de bienfaisance établies pour *entreprendre* des activités charitables ou de fondations de bienfaisance mises sur pied pour *financer* ces activités.

De plus, les fondations de bienfaisance peuvent être connues comme des « fondations publiques » ou des « fondations privées ». La principale distinction entre les deux est que les fondations publiques ne doivent pas obtenir plus de 50 % de leur capital de donateurs avec lesquels elles ont un lien de dépendance tandis que les fondations privées ne sont pas assujetties à ce genre de restriction.

Les organismes de bienfaisance non enregistrés, également connus sous le nom d'organismes sans but lucratif comprennent non seulement un grand nombre des fournisseurs traditionnels de logement social au Canada, mais également des clubs, des sociétés et des associations qui fonctionnent exclusivement dans l'intérêt de leurs membres ou un intérêt public plus limité.

Organismes sans but lucratif

Il y a environ 100 000 organismes bénévoles constitués ou non constitués en sociétés qui enrichissent la vie des Canadiens, mais qui n'ont pas le statut d'organisme de bienfaisance enregistré[16].

Comme la plupart des constructeurs de logements abordables ont été jusqu'ici des organismes sans but lucratif non enregistrés, leurs chances d'obtenir l'appui de donateurs canadiens sont assez limitées. Un sous-comité parlementaire sur l'imputabilité et la gestion dans le secteur du bénévolat a reconnu que le régime fiscal ne traitait pas ces organismes sur le même pied et a proposé de clarifier la politique leur permettant d'émettre des reçus aux fins de l'impôt. Ce groupe de travail a également demandé un processus plus transparent et soumis à des révisions périodiques.

Si un plus grand nombre d'organismes bénévoles canadiens avaient accès aux dispositions fiscales, surtout ceux qui désirent obtenir l'argent du secteur philanthropique pour la production de logements abordables, cela aurait des répercussions incalculables. Le statut d'organisme de bienfaisance enregistré confère certainement d'énormes avantages non seulement en permettant d'émettre des reçus aux fins de l'impôt, mais en légitimant les objectifs de l'organisme aux yeux du public.

Sources de financement pour les organismes de bienfaisance

On fait parfois une distinction entre les organismes de bienfaisance selon que leur financement est « commercial », « caritatif » ou « public ». Généralement :

- les organismes de bienfaisance dont le financement est *commercial* sont surtout financés par des activités générant des revenus telles que la vente de produits;

- les organismes dont le financement est *caritatif* sont financés principalement par des dons ou le travail fourni par des bénévoles; et
- les organismes dont le financement est *public* sont surtout financés par des subventions gouvernementales.

En raison de la nature différente de leurs activités, ces organismes peuvent être admissibles à certaines exemptions que prévoit la *Loi de l'impôt sur le revenu*.

Le traitement fiscal des organismes de bienfaisance enregistrés au Canada

L'Agence des douanes et du revenu du Canada exige qu'un organisme enregistré comme organisme de bienfaisance satisfasse aux exigences ci-après :

- Il doit consacrer toutes ses ressources à des activités de bienfaisance et il ne doit pas verser son revenu ou le mettre à la disposition d'un de ses propriétaires, membres, actionnaires ou fondateurs pour son avantage personnel.
- Il doit dépenser au cours d'un exercice un montant au moins égal à 80 % du montant total des dons pour lesquels il a délivré des reçus officiels au cours de l'année précédente.
- Il doit avoir un conseil d'administration ou fiduciaire indépendant et plus de 50 % des administrateurs, fiduciaires, dirigeants ou autres administrateurs de l'organisme doivent traiter sans lien de dépendance entre eux et avec chacun des autres administrateurs, fiduciaires, dirigeants ou autres administrateurs.

Selon la tradition établie par la *common law*, l'Agence des douanes et du revenu considère que les cinq types d'activités ci-après peuvent être des activités de bienfaisance :

- la santé;
- le soulagement de la pauvreté;
- l'avancement de la religion;
- l'avancement de l'éducation;
- d'autres fins charitables bénéfiques pour l'ensemble de la collectivité.

Si un organisme a pour seul but de se livrer à ce genre d'activités et n'offre aucun avantage matériel à ses membres, il a droit au statut d'organisme de bienfaisance enregistré.

Faits intéressant les producteurs de logements abordables

Tel qu'indiqué précédemment, de nombreux organismes des secteurs de la santé ou de la religion ou qui se livrent à d'autres activités bénéfiques pour la collectivité sont également des constructeurs de logements abordables. Néanmoins, il ne s'agit généralement pas d'organismes de bienfaisance enregistrés et ils ne peuvent donc pas délivrer aux donateurs de reçus aux fins de l'impôt. Quelques possibilités s'offrent aux organismes sans but lucratif qui désirent émettre des reçus. Les voici :

Partenariat avec une municipalité — De nombreuses municipalités canadiennes peuvent délivrer des reçus aux fins de l'impôt aux donateurs qui accordent leur appui financier à des projets municipaux servant les intérêts de la collectivité. Néanmoins, dans l'ensemble, les municipalités conservent la propriété de ces initiatives. Les producteurs de logements abordables qui désirent envisager un partenariat avec leur gouvernement municipal devraient consulter les représentants compétents de la collectivité pour déterminer les possibilités de partenariat et les avantages fiscaux qui pourraient en découler pour les donateurs.

Partenariats avec un organisme de bienfaisance enregistré — Les organismes de bienfaisance enregistrés existent exclusivement pour fournir des programmes et se livrer à des activités à l'appui de leurs objectifs. Généralement, cela signifie que tous les revenus de leurs campagnes de financement servent à financer ces programmes et ces activités.

Toutefois, dans certaines circonstances, les organismes de bienfaisance enregistrés s'associent avec des groupes sans but lucratif pour la réalisation de certains projets. En pareil cas, ils peuvent émettre des reçus aux fins de l'impôt en échange d'un don de charité. Néanmoins, comme dans le cas des municipalités, l'organisme de bienfaisance enregistré conservera alors la propriété du projet. Les producteurs de logements abordables qui envisagent un partenariat avec un organisme de bienfaisance enregistré comme un hôpital ou un fournisseur de services sociaux local devraient rencontrer le responsable pour discuter de la possibilité d'un partenariat mutuellement bénéfique.

Partenariats avec une fondation communautaire — De nombreuses villes du pays (Toronto, Vancouver et Winnipeg, entre autres) ont des fondations communautaires ayant pour but d'améliorer la qualité de vie et la vitalité de leur collectivité en levant des fonds et en versant des subventions à des organismes de bienfaisance locaux. La Loi permet seulement aux fondations communautaires de soutenir les organismes de bienfaisance enregistrés. Les producteurs de logements abordables pourraient rencontrer un représentant de leur fondation communautaire locale pour voir quels sont les organismes de bienfaisance auxquels ils pourraient s'associer.

Règles d'admissibilité aux crédits d'impôt pour dons de charité

Pour donner droit à un crédit d'impôt, un don doit être fait à une ou plusieurs des institutions ci-après :

- un organisme de bienfaisance enregistré;
- une association canadienne enregistrée de sport amateur;
- un organisme canadien sans but lucratif constitué exclusivement dans le but de fournir des logements à loyer modique aux personnes âgées;
- une municipalité canadienne (selon les changements fiscaux proposés), ainsi que certains dons au gouvernement fédéral, à une province ou à un territoire;
- les organismes de service nationaux dans le domaine des arts enregistrés;
- les Nations Unies et les organismes qui lui sont liés;
- certaines universités situées à l'extérieur du Canada; et
- certaines œuvres de bienfaisance situées à l'extérieur du Canada auxquelles le gouvernement canadien a récemment fait un don.

Traitement fiscal des dons à des organismes de bienfaisance canadiens

Crédits d'impôt accordés aux particuliers

La plupart des pays accordent aux contribuables des déductions ou des crédits d'impôt pour leurs dons à des œuvres de bienfaisance. Au Canada, conscients du rôle important que les organismes de bienfaisance jouent dans la prestation des services, le gouvernement fédéral et les gouvernements provinciaux offrent aux particuliers et aux sociétés un crédit d'impôt « à deux niveaux » pour les dons à des organismes de bienfaisance enregistrés[17].

Le crédit pour dons de charité est à deux niveaux en ce sens que, pour des dons d'un montant cumulatif de moins de 200 $ pour l'année, un crédit est offert au taux fédéral de base de 17 % tandis que chaque dollar donné au-dessus de 200 $ est crédité au taux fédéral de 29 %. (Voir articles 110.1 et 118.1 de la *Loi de l'impôt sur le revenu*.)

Effet des surtaxes fédérales sur les crédits d'impôt accordés aux particuliers

Ce système « à deux niveaux » sous-estime l'importance du crédit étant donné que celui-ci est déduit avant l'imposition de la surtaxe fédérale. Un donateur ayant un revenu élevé qui fait l'objet, par exemple, d'une surtaxe fédérale de 8 %, obtient une économie d'impôt fédéral égale à 32,32 % des dons supérieurs à 200 $[18].

Effet de l'impôt et de la surtaxe provinciale sur les crédits d'impôt accordés aux particuliers

Dans toutes les provinces, sauf le Québec qui perçoit ses propres impôts au moyen d'une déclaration distincte, l'impôt provincial à payer correspond à un pourcentage de l'impôt fédéral allant de 45 % à 69 %, plus toute surtaxe applicable. Par conséquent, une réduction de l'impôt fédéral réduit également l'impôt et la surtaxe provinciale (s'il y a lieu). En pratique, ces « taux d'imposition effectifs » signifient que le donateur récupère entre le tiers et la moitié de chaque dollar donné sous la forme d'un crédit d'impôt.

Regroupement autorisé des dons de charité

Les dons de charité peuvent également être « regroupés » sous le nom d'un seul contribuable de la famille afin que les dons faits par une famille soient admissibles à un taux de crédit d'impôt plus élevé.

Autrement dit, la limite de 200 $ est ainsi atteinte plus rapidement que si les dons n'étaient pas regroupés. Même si les membres d'une même famille peuvent donner moins de 200 $ chacun au cours d'une année et n'avoir droit individuellement qu'au crédit d'impôt fédéral et provincial de 17 %, le regroupement de leurs dons diminue le coût net de leur contribution.

Plafond de la déduction fiscale pour dons de charité

Jusqu'en 1996, le montant maximum des dons de charité qu'un particulier pouvait déduire de son impôt correspondait à 20 % de son revenu imposable net. Plusieurs changements importants ont été apportés depuis à la Loi de l'impôt sur le revenu fédérale dans le but de favoriser les dons à des œuvres de bienfaisance.

Augmentation du plafond des dons de charité déductibles

Le budget fédéral de 1996 a porté le plafond de la déduction pour dons de charité à 50 % du revenu net et cette limite a été relevée par la suite à 75 % dans le budget de 1997. De plus, les déductions non utilisées au cours d'une année peuvent maintenant être reportées pendant cinq ans. En outre, les déductions inutilisées peuvent être appliquées rétroactivement à l'année précédente pour les dons faits au cours de l'année du décès. Le plafond de 75 % du revenu net susmentionné peut être augmenté jusqu'à 100 % pour les dons de biens qui ont pris de la valeur[19].

Traitement fiscal plus équitable pour les dons

Jusqu'au budget fédéral de 1997, les dons qu'un contribuable faisait au gouvernement fédéral ou provincial n'étaient assujettis à aucune limite de revenu. Ce système favorisait les dons à la Couronne ou aux provinces aux dépens des organismes de bienfaisance enregistrés.

Le budget de 1997 a assujetti les dons à la Couronne au même plafond de 75 % que les autres organismes de bienfaisance.Ce changement a donc rééquilibré la situation sur le plan fiscal dans toutes les provinces, sauf au Québec,[20] en donnant droit au même allégement d'impôt que le don soit fait à la Couronne ou à un organisme de bienfaisance enregistré.

Promotion des dons ayant pris de la valeur

Une autre mesure importante mise en place dans le budget fédéral de 1997 et qui a des répercussions favorables sur le soutien philanthropique au logement abordable est la réduction de l'impôt sur les gains en capital qu'un contribuable devrait payer sur les dons de biens admissibles (p. ex., des valeurs cotées en bourse, des actions, des obligations, des bons du Trésor, des bons de souscription, des contrats à terme, des fonds de placement communs, des immeubles et des biens tangibles).

Auparavant, le donateur était réputé avoir vendu ce type de dons à leur juste valeur marchande et devait donc payer l'impôt sur les gains en capital sur 75 % de toute plus-value. Autrement dit, le système précédent réduisait la déduction fiscale du fait que le gain en capital augmentait l'impôt à payer.

En 1997, deux nouvelles règles fiscales ont été mises en œuvre dans le but d'augmenter la déduction d'impôt accordée pour les dons de biens ayant pris de la valeur. Premièrement, le montant maximum des dons pour lesquels un contribuable peut demander une déduction d'impôt au cours d'une année peut être augmenté de 25 % de tout gain en capital résultant de la donation.

Ce changement porte le niveau maximum des dons de charité admissibles à 100 % plutôt qu'à 75 % du revenu net de l'année. Le deuxième changement réduisait la proportion des gains en capital qu'un contribuable devait déclarer après avoir fait un don à 37,5 % au lieu de 75 %. Ces changements favorisent les riches et ceux qui font des dons importants, mais les personnes ayant un revenu plus modeste qui possèdent des biens admissibles peuvent obtenir un avantage fiscal plus important simplement en choisissant de donner des valeurs mobilières ou d'autres biens plutôt que l'équivalent en argent.

Comme nous venons de le voir, les récents changements à la Loi de l'impôt sur le revenu qui réduisent les gains en capital imposables sur les biens admissibles donnés ont l'énorme potentiel de favoriser le soutien au logement abordable et aux initiatives connexes dans le domaine des dons par anticipation[21]. Aux États-Unis (où ces dons donnent droit à une exemption des gains en capital complète plutôt que partielle comme au Canada), de nombreux dons importants, surtout aux hôpitaux, aux universités et autres grands organismes de bienfaisance ont été favorisés par cette mesure fiscale.

Les Canadiens ont énormément d'argent investi dans des fonds de placement communs et des milliards de dollars placés dans des régimes enregistrés d'épargne-retraite (REER) et des fonds enregistrés de revenu de retraite (FERR) qu'un grand nombre d'organismes de bienfaisance considèrent comme d'importantes sources potentielles de soutien philanthropique.

Dons des sociétés

Le gouvernement fédéral permet maintenant l'inclusion des gains non assujettis à l'impôt sur le revenu dans les comptes de dividendes en capital. Cette décision rend plus attrayants pour les sociétés les dons de biens à valeur accrue, surtout de titres cotés en bourse, étant donné que le montant crédité au compte de dividendes en capital peut être versé aux actionnaires comme dividendes exempts d'impôt. Cela pourrait inciter les sociétés à faire des dons plus importants à des organismes de bienfaisance œuvrant dans le secteur du logement. Cette option s'applique aux scénarios ci-après :

Les dons de sociétés en général : Les sociétés reçoivent des déductions plutôt que des crédits d'impôt; autrement, les mêmes règles fiscales concernant les dons s'appliquent tant aux sociétés qu'aux particuliers.

Dons de sociétés privées : Sociétés qui exploitent une entreprise, qu'il s'agisse d'une entreprise de fabrication ou de service.

Sociétés de portefeuille : Ces sociétés détiennent des actions d'entreprises exploitantes. Les bénéfices excédentaires de ces dernières sont transférés aux premières et protègent les sociétés exploitantes en cas de difficultés financières. Ces bénéfices peuvent être investis dans des titres cotés en bourse.

Lorsque deux sociétés se contrôlent mutuellement, elles peuvent recevoir l'une de l'autre des dividendes non imposables. Les règles suivantes s'appliquent : des dons de charité peuvent être faits par l'entremise d'une société exploitante ou de portefeuille. Toute société qui fait un don en espèces peut déduire le montant ayant fait l'objet d'un reçu.

Une société de portefeuille, par exemple, peut donner des titres cotés en bourse qui ont pris de la valeur et recevoir un reçu dont le montant correspondra à la valeur marchande des titres. Elle ne sera imposée que sur 37,5 % du gain en capital.

Les dons de biens qui se sont appréciés permettent à la société et à ses actionnaires d'obtenir une déduction d'impôt étant donné que la portion de tout gain en capital exempte d'impôt est créditée au compte de dividendes en capital de la société et peut être versée aux actionnaires sous la forme de dividendes exonérés d'impôt. Par conséquent, il est plus intéressant que jamais pour les sociétés de portefeuille de faire don de titres cotés en bourse et c'est un fait que les organismes de bienfaisance qui cherchent à lever des fonds pour le logement abordable devraient mentionner dans leurs publications et leurs colloques.

Traitement fiscal des biens amortissables

Les dons de biens amortissables sont naturellement moins fréquents. Tel qu'indiqué précédemment, nous encourageons vivement les lecteurs à obtenir l'avis d'un fiscaliste professionnel pour évaluer le pour et le contre ainsi que les répercussions et les ramifications de ces sources potentielles d'aide financière. Les organismes qui décident d'accepter ces offres devraient examiner attentivement les antécédents de l'immeuble et les obligations qui peuvent y être attachées. Les dons d'immeubles offrent deux applications immédiates pour la production de logements abordables :

- le don d'un logement peut être adapté à une autre fin, par exemple comme logement avec services de soutien; et
- la conversion d'un immeuble d'appartements ou encore d'une usine ou d'un entrepôt en logements locatifs.

Résumé

Les avantages fiscaux ne sont pas le principal facteur de motivation des donateurs philanthropiques, mais les changements apportés récemment à la législation fiscale peuvent avoir de profondes répercussions sur l'attitude de la plupart des Canadiens vis-à-vis des dons de charité. Comme il est plus facile et plus avantageux de faire des dons, les changements dans les avantages fiscaux applicables devraient présenter un grand intérêt pour les organismes de bienfaisance enregistrés. L'augmentation du montant des dons pouvant faire l'objet d'une déduction par rapport au revenu annuel devrait favoriser les dons à des organismes de bienfaisance enregistrés[22].

Les changements apportés au traitement fiscal des dons n'auront pas de répercussions importantes pour les sociétés et les fondations. Les sociétés reçoivent un reçu aux fins de l'impôt en échange d'un don de charité, mais rares sont celles qui soumettent ces reçus à l'Agence des douanes et du revenu. Les fondations doivent distribuer un pourcentage donné de leur actif chaque année et ne sont donc pas motivées par les nouveaux avantages fiscaux.

Ces changements devraient également être très avantageux pour les producteurs de logements abordables qui cherchent l'appui du secteur philanthropique, directement ou dans le cadre d'un partenariat avec une municipalité ou un organisme de bienfaisance, surtout parce qu'ils favorisent les dons de biens ayant pris de la valeur.

Aperçu général

Tel qu'indiqué précédemment, il est clair que l'offre de nouveaux logements abordables ne suffit pas à répondre à une demande en nette augmentation. Il est clair également que de nouvelles sources de financement sont requises pour combler le « déficit financier » et que les dons du secteur philanthropique sont une source potentielle de financement pour les organismes de production de logements abordables. Les études de cas présentées à l'annexe I montrent qu'un petit nombre d'organismes ont pu obtenir une partie du soutien philanthropique requis pour construire des logements abordables destinés à quelques groupes bien définis. Malheureusement, de nombreux autres organismes désireux de construire des logements pour répondre aux besoins de gens ordinaires disposant de ressources financières limitées n'ont pas aussi bien réussi.

Pour aborder efficacement le problème et augmenter le nombre de logements abordables au Canada, il est nécessaire de répondre à un certain nombre de questions fondamentales en ce qui concerne l'élargissement du soutien philanthropique. Ces questions sont les suivantes :

- Comment l'enjeu social que représente le besoin de logements abordables peut-il devenir une priorité pour les donateurs canadiens?
- Comment répondre aux besoins locaux de logements et aux priorités de financement?
- Comment les producteurs locaux de logements abordables peuvent-ils se doter des bons instruments, de la formation et de l'expérience nécessaires pour accroître le soutien philanthropique et former davantage de partenariats publics-privés?

Pour répondre à ces questions, il faut d'abord réexaminer les principales conclusions de notre étude :

- *Sensibiliser le public* — Afin d'influencer les donateurs potentiels, il faut d'abord les sensibiliser davantage au problème de l'abordabilité du logement et favoriser un « climat » dans lequel ils comprendront et appuieront cet enjeu.

- *Bâtir le capital social* — Les principaux donateurs, qu'il s'agisse d'entreprises, de fondations ou de particuliers, sont davantage intéressés à appuyer des projets qui leur permettent de bâtir du « capital social », soit des solutions à long terme relatives à des enjeux pressants (p. ex., les besoins des aînés dans la société).

- *Établir des relations* — La participation de bénévoles influents du milieu des affaires et de la collectivité est essentielle à la réussite de grandes campagnes de financement.

- *Former des partenariats* — L'appui des entreprises est directement proportionnel à la concordance stratégique entre la cause à soutenir et leur programme commercial et social ainsi que sa pertinence pour leur marché et leur clientèle.

- *Unir la collectivité* — Les projets de production de logements abordables doivent répondre aux besoins de logements et aux besoins sociaux des collectivités locales ou de certains groupes ethno-culturels et des congrégations religieuses.

- *Amasser des fonds et organiser des activités de financement* — Diverses sources de financement, y compris les sources gouvernementales, qui ne sont pas nécessairement reliées au logement, sont également importantes pour le succès des initiatives visant à produire des logements abordables.

- *Être réaliste* — La persévérance est essentielle, surtout pour les projets de grande envergure.

D'après les principales conclusions de notre étude et nos discussions avec trois des principaux spécialistes canadiens des campagnes de financement – Jean Crawford (présidente, Crawford Consulting), Karen Wilson (vice-présidente, Ketchum Fundraising Counsel) et Steve Woeller (directeur du développement, Hamilton Health Sciences Center), nous avons conçu, pour aborder la question du logement abordable, une approche stratégique qui s'applique au niveau national aussi bien que local.

Le but et les objectifs

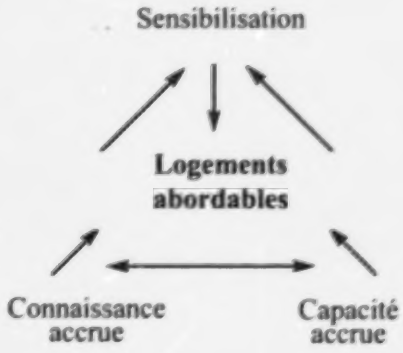
Le but : Augmenter la production de nouveaux logements abordables d'un bout à l'autre du pays en améliorant l'accès au soutien philanthropique dans le cadre de partenariats.

Les objectifs :

- Accroître la compréhension de l'enjeu que représente le logement abordable et ses répercussions sur d'autres questions sociales.
- Sensibiliser le public canadien au problème et à ses rapports avec d'autres causes prioritaires pour le financement philanthropique.
- Accroître la capacité des producteurs locaux de logements abordables à obtenir le soutien financier du secteur philanthropique pour la construction de logements abordables.

Un modèle pour la génération de ressources

Le modèle stratégique ci-après montre comment en augmentant la sensibilisation, la connaissance et la capacité il est possible d'obtenir du secteur philanthropique davantage de ressources pour le logement abordable.



Accroître la connaissance

Notre modèle se sert de la connaissance pour accroître la sensibilisation et la capacité.

Ce dont nous disposons :

- des renseignements crédibles sur tous les aspects du financement et de la construction du logement abordable — fournis par la SCHL;
- des renseignements crédibles sur l'ensemble d'enjeux sociaux qui constituent la qualité de vie — émanant de divers ministères et d'études internationales;
- des renseignements crédibles sur les campagnes de financement et la formation de partenariats — émanant du Centre canadien de philanthropie et de la National Society of Fundraising Executives; et
- des renseignements crédibles sur les priorités sociales des donateurs des diverses régions du pays — émanant du Centre canadien de philanthropie.

Ce dont nous avons besoin :

- au niveau social — Une sensibilisation et une compréhension accrues à l'égard du rapport entre le logement abordable et d'autres enjeux sociaux pressants comme la santé, l'éducation, l'emploi et l'environnement; et
- sur le terrain — Des renseignements crédibles, des outils et une formation pour aider les organismes de production de logements abordables à comprendre quelles sont les mesures à prendre pour obtenir l'appui du secteur philanthropique.

Sensibiliser le public

À l'échelle nationale — Afin d'inciter les particuliers, les sociétés et les fondations ainsi que les autres organismes de bienfaisance à offrir des ressources et une aide supplémentaires pour faciliter la production de logements abordables, il sera nécessaire de sensibiliser davantage le public au problème et à son lien avec d'autres enjeux sociaux pressants.

Voici des initiatives nationales qui pourraient être prises pour mieux sensibiliser le public :

- Publicité nationale — Une campagne publicitaire doit être entreprise pour accroître la sensibilisation à l'échelle nationale et pour accentuer le besoin d'obtenir un financement plus important du secteur philanthropique pour la production de logements abordables. Cette campagne pourrait être réalisée par un organisme sans but lucratif national ayant également une présence communautaire importante aux quatre coins du pays. Parmi les autres partenaires potentiels figurent des sociétés comme l'un des grands quotidiens nationaux qui pourrait apporter un appui non financier sous la forme d'espace publicitaire.
- Bulletin — Un bulletin annuel illustrant dans quelle mesure on répond aux besoins de logements abordables des Canadiens, quelles sont les répercussions de ce besoin sur les autres enjeux sociaux et quelles sont les principales réalisations ou lacunes[21].

À l'échelle locale — En plus d'accroître la sensibilisation du public au niveau national, il faut mieux faire connaître sont les besoins de logement et leurs répercussions sur les enjeux sociaux au niveau local. Il existe plusieurs façons d'y parvenir :

- Fondations communautaires locales — Dans le cadre d'une initiative nationale, les fondations communautaires locales pourraient prendre des initiatives telles que des campagnes publicitaires, la diffusion de bulletins locaux, etc. (voir les renseignements sur les fondations communautaires et leur emplacement à l'annexe V).
- Organismes de production de logements abordables — Les organismes doivent en priorité faire connaître leurs projets au public. Il y a bien des façons d'attirer l'attention (voir les études de l'annexe I) et dont certaines ne coûtent pratiquement rien ou rien du tout.

Augmenter la capacité de financement

Par l'entremise du CCPPPH, la SCHL organise déjà des réunions et des ateliers au niveau régional sur les partenariats publics-privés pour la production de logements abordables et met à la disposition des organismes sans but lucratif un bulletin trimestriel (*Courrier du partenariat*), des ressources Internet (Centre canadien de documentation sur l'habitation) et cinq représentants du partenariat dans l'habitation répartis d'un océan à l'autre. Le défi à relever consiste d'une part à continuer d'accroître les ressources existantes en fournissant des renseignements utiles au niveau local et, d'autre

part, à donner aux organismes sans but lucratif et de bienfaisance les renseignements et la formation dont ils ont besoin pour mieux réussir à lever des fonds auprès du secteur philanthropique.

Pour ce faire, le CCPPPH devrait continuer, et si possible intensifier, ses relations de travail avec les fondations communautaires locales de tout le pays. Ces organismes comprennent les réalités sociales de leurs collectivités et jouissent d'une bonne crédibilité auprès de leurs homologues sans but lucratif.

Parmi les initiatives à envisager figurent :

- des conférences et des ateliers;
- des sources d'information;
- des sites Web mettant l'accent sur la promotion de partenariats philanthropiques publics-privés pour la création de logements abordables;
- des partenariats avec des collèges communautaires offrant des cours en organisation de campagnes de financement;
- des subventions de démarrage pour les organismes de production de logements sans but lucratif afin qu'ils puissent obtenir des services de consultants, du personnel pour les levées de fonds et des ressources informatiques.

Production d'un plus grand nombre de logements abordables

Tel qu'indiqué ci-dessus, on construit actuellement des logements sans but lucratif et certains organismes ont pu obtenir un appui du secteur philanthropique pour ce genre d'initiatives. Notre étude a révélé que les ensembles de logements construits avec le soutien du secteur philanthropique entrent dans trois catégories :

- *Communautés d'intérêts* — Ensembles qui répondent au besoin de logements d'une communauté d'intérêt particulière comme les petites collectivités rurales ou les congrégations religieuses.
- *Circonstances uniques* — Ensembles qui sont réalisables en raison de caractéristiques uniques grâce auxquelles les activités de financement constituent un moyen viable de s'assurer un revenu : petite échelle, long délai de production, mise de fonds en travail, ou appuis non financiers.
- *Enjeu social ou groupe de la population* — Ensembles de logements abordables qui répondent aux besoins liés à un enjeu social ou à ceux d'un groupe de la population, notamment les résidences pour personnes âgées, les hospices pour sidéens et les logements pour personnes souffrant de troubles psychiatriques.

En utilisant une approche basée sur le savoir pour sensibiliser davantage le public et accroître la capacité de financement, on facilitera certainement la construction d'un plus grand nombre de logements entrant dans ces catégories.

Malheureusement, de nombreux organismes qui parrainent d'autres ensembles de logements sans but lucratif continueront de se heurter à de sérieux obstacles pour obtenir le financement du secteur philanthropique simplement parce qu'ils ne savent pas comment s'y prendre, mais surtout parce qu'il n'existe pas d'organisme intermédiaire qui pourrait coordonner les efforts à l'échelle nationale et leur donner les conseils, la formation et le soutien nécessaires au niveau local. Ces organismes ont besoin d'une infrastructure et d'un soutien supplémentaires pour pouvoir attirer une aide financière plus importante pour la construction de logements. Voici l'initiative stratégique à envisager pour répondre à ce besoin :

La création d'un organisme de bienfaisance national pour la production de logements abordables — Un organisme de bienfaisance national solliciterait l'appui des fondations et des sociétés, offrirait des services de formation et de soutien aux organismes locaux qui cherchent à obtenir l'appui du secteur philanthropique et canaliserait les fonds vers les ensembles de logements abordables sous la direction d'un conseil de fiduciaires indépendant et autonome. Cet organisme national pourrait démarrer avec les contributions initiales des organismes de bienfaisance, des fondations philanthropiques et des sociétés. Certains intervenants clés pourraient même stimuler les contributions du secteur philanthropique en avançant des fonds « de contrepartie » pour une période limitée à la condition que d'autres suivent leur exemple. Un organisme de bienfaisance national pour la production de logements abordables pourrait assurer une distribution équitable des fonds aux fondations communautaires ou aux organismes de production de logements abordables de tout le Canada qui pourraient s'en servir pour obtenir l'appui des sociétés et des particuliers au niveau local. Les fondations communautaires locales évalueraient les demandes de financement et accorderaient les subventions de façon à répondre localement au besoin de logements abordables.

Études de cas

Les 16 études ci-après sont réparties en cinq sections : santé, jeunes, aînés, logement général et financement. Chaque section commence par un bref aperçu. Chaque étude est présentée suivant le plan ci-après :

1. **Aperçu général :** Brève présentation de l'organisme sans but lucratif et de ses objectifs.

2. **Intérêt pour les organismes de production de logements abordables :** Aspects de l'initiative qui s'appliquent particulièrement aux organismes de production de logements abordables.

3. **Le contexte :** Renseignements généraux sur les antécédents de l'organisme et de son initiative.

4. **Objectifs :** Les priorités et les objectifs communautaires de l'organisme et de son initiative.

5. **Enjeu social :** La clientèle de l'organisme ou le besoin auquel son initiative répond.

6. **Promoteur du projet :** Les parties et les principaux organismes qui ont mis l'initiative sur pied.

7. **Partenaires :** Liste des principales sources de financement et résumé de leurs contributions.

8. **Méthodologie de financement :** Les objectifs, les pratiques et les techniques de la campagne de financement.

9. **Soutien philanthropique :** Les principales sources de dons qui ont été faits à la suite d'une campagne de financement ou la nature de ces dons.

10. **Donateurs philanthropiques :** Brève explication des facteurs de motivation des donateurs et de leur lien avec l'initiative.

11. **Efforts infructueux :** Brefs résumés des tentatives qui ont été faites en vain pour lever des fonds ou lancer le projet.

12. **Répercussions et résultats :** Bilan final des succès et des échecs de l'initiative et de leurs répercussions sur le logement abordable.

Index des études de cas

Jeunes 56
VanCity Place for Youth 57
Covenant House 60

Aînés 64
St. Barbe Chronic Care Corp. 65
Centre Providence 68
Centre d'hébergement mennonite chinois 72
St. Demetrius Development Corp. 76
W.J. Phillips Seniors Residence 79
Auberge du bon temps 82

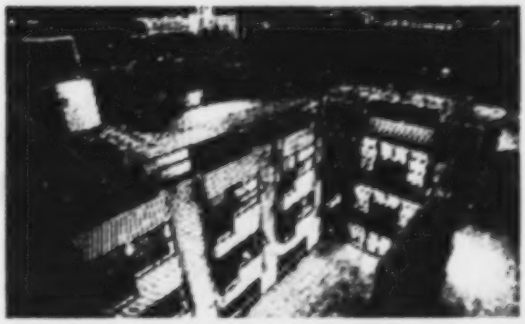
Logement général 84
Raising the Roof 85
Vision Mondiale 89
Habitat pour l'humanité — Canada 92
North End Housing Project 95
Fife House 98

Autres enjeux sociaux 101
Recherche canadienne sur le cancer du sein 102
Canadian Living Foundation 106
Prix nationaux d'excellence décernés aux Autochtones 110

Jeunes

Les sans-abri de tout âge peuvent perdre l'espoir, mais pour les jeunes qui vivent dans la rue cette situation précaire risque malheureusement de devenir un mode de vie permanent. Deux organismes sans but lucratif modèles de Toronto et de Vancouver ont pour priorité de procurer un logement sûr aux jeunes sans-abri. Covenant House à Toronto et VanCity Place for Youth sont des initiatives récentes qui illustrent le potentiel de succès de partenariats publics-privés visant à relever les enjeux sociaux de leur collectivité.

VanCity Place for Youth, Vancouver



Aperçu général

VanCity Place for Youth est un immeuble de 54 petits appartements aménagés pour les jeunes sans-abri dans le cadre d'un partenariat entre VanCity Enterprises et la Ville de Vancouver. L'immeuble est exploité par St. James Social Services, un fournisseur de logements sans but lucratif de Vancouver.

Les coûts de construction, qui se sont chiffrés à 4,5 millions de dollars, ont été couverts en totalité par des subventions en espèces de VanCity Enterprises (1,05 million de dollars), une subvention en espèces et une contribution sous la forme d'un terrain de la Ville de Vancouver (2,1 millions de dollars) et un financement hypothécaire de 1,4 millions de dollars de VanCity Credit Union.

Intérêt pour les organismes de production de logements abordables

- Montre comment un organisme peut obtenir le soutien financier de diverses sources : le secteur philanthropique, le gouvernement municipal et le milieu des affaires.
- Démontre comment un projet visant à répondre à un besoin social local peut susciter un soutien philanthropique et des partenariats communautaires.
- Montre comment le fait d'avoir une importante société comme « champion » d'une initiative peut attirer un appui important d'autres sources.
- Démontre qu'il est important et efficace de travailler avec des entreprises axées vers la communauté.

Le contexte

En 1995, les employés de VanCity, une société qui s'est distinguée par son action communautaire, ont voulu remédier au problème des jeunes sans-abri en leur construisant des logements abordables.

Les employés se sont fixé pour objectif de lever 100 000 $ par an sur trois ans pendant que la section de développement communautaire de Vancity, à VanCity Community Foundation, entamait les préparatifs de l'ensemble en cherchant un terrain et en sollicitant l'appui d'autres partenaires.

Objectifs

Les promoteurs voulaient fournir des logements sûrs et abordables aux jeunes sans-abri pour leur permettre de terminer leur scolarité ou de trouver du travail et d'échapper à la rue.

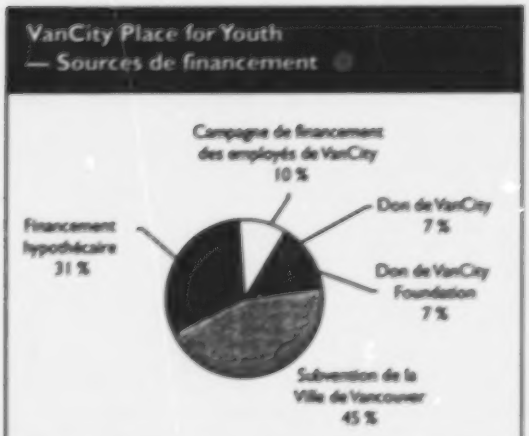
Enjeu social

En raison de ses conditions climatiques favorables et d'une culture municipale tolérante et permissive, Vancouver est depuis longtemps un pôle d'attraction pour les jeunes. La municipalité est en guerre avec sa population d'itinérants et a fait de nombreuses tentatives pour lui faire quitter la rue. VanCity s'est joint à ces efforts en construisant VanCity Place for Youth et s'est rapidement fait reconnaître comme un chef de file qui a apporté de nouveaux espoirs et de nouvelles possibilités aux adolescents les plus défavorisés de la ville.

Promoteur du projet

Ce projet a été lancé sur l'initiative des employés de VanCity Credit Union, mais ces derniers ont rapidement obtenu l'appui d'autres éléments de l'organisation.

Partenaires



- **Employés :** La campagne de financement des employés a rapporté 450 000 $ (bien au-dessus de l'objectif de 300 000 $). VanCity Credit Union a fait une contribution de contrepartie de 300 000 $.
- **The VanCity Foundation :** La Fondation (largement financée par l'affectation volontaire d'une partie des intérêts gagnés sur les comptes des membres) a donné 300 000 $.
- **VanCity Credit Union :** VanCity Credit Union a également accordé le premier prêt hypothécaire sur l'immeuble (1,4 million de dollars). Comme il s'agissait d'un prêt non assuré, VanCity a assumé elle-même le risque; néanmoins, étant donné l'importante infusion de capitaux propres et sa participation au projet, il s'agissait bien entendu d'un risque limité).
- **La Ville de Vancouver** a aidé à acheter le terrain (900 000 $) dont elle détient le titre de propriété, en accordant un bail de 60 ans à VanCity Place Society, un organisme de bienfaisance enregistré établi pour assumer la propriété de l'ensemble locatif. En outre, la municipalité a accordé une subvention d'équipement de 1,2 millions de dollars, ce qui portait sa contribution totale à 2,1 millions de dollars.
- **The BC Real Estate Foundation** a fourni une dotation de 450 000 $. Au lieu de financer les coûts en capital, cet argent a servi à subventionner l'encaisse, à augmenter les revenus des loyers et à assurer la viabilité de l'ensemble.
- Un fournisseur de logements sans but lucratif existant, St. James Social Services, a été engagé sous contrat pour fournir des services de gestion d'immeuble.

Méthodologie de financement

Les employés de VanCity ont fait preuve d'énormément de dévouement et d'enthousiasme en organisant aussi bien des tombolas que des ventes de pâtisseries dans les trente succursales de la société. VanCity Credit Union est une entreprise où règne une atmosphère très dynamique et très positive.

Elle considère ses responsabilités sociales comme l'un de ses premiers principes d'exploitation et ses employés partagent cette conviction. Le groupe chargé des responsabilités sociales de la société a été le premier à considérer le logement des jeunes de la rue comme une priorité pour l'entreprise.

Soutien philanthropique

Les principales sources de soutien philanthropique étaient :

- les employés de VanCity;
- le grand public;
- la VanCity Foundation; et
- VanCity Corporation.

Dans chaque cas, les dons ont été faits en espèces, à l'exception du temps donné par le personnel de VanCity.

Donateurs philanthropiques

En réalisant ce projet, VanCity a démontré son engagement à améliorer la collectivité, surtout pour les jeunes à risques. VanCity a compris que le logement faisait partie d'une solution s'attaquant aux causes sous-jacentes du problème soit l'éloignement social et familial, l'influence négative de la rue et une faible employabilité attribuable à un manque de compétences sociales et professionnelles.

La Ville de Vancouver participe depuis longtemps à la construction de logements abordables et de logements sociaux. Le premier ministre de la Colombie-Britannique qui était, à l'époque, un ancien maire de Vancouver, a soutenu ce projet avec beaucoup de dynamisme.

Répercussions et résultats

Le résultat de cette initiative est un immeuble de 54 appartements qui offre un logement permanent aux jeunes de la rue (âgés de 18 à 24 ans), et qui a accueilli ses premiers occupants à la fin de 1998. Environ la moitié des logements sont destinés à des jeunes assistés sociaux qui manifestent leur détermination à entrer sur le marché du travail; l'autre moitié s'adresse à des jeunes travailleurs qui ne gagnent qu'un faible salaire. Les loyers sont fixés, pour ces deux groupes cibles, à 325 $ (maximum pour l'aide sociale) et 425 $ respectivement.
La réalisation de cet ensemble a duré quatre ans, du début à la fin, et a exigé l'engagement indéfectible de son principal promoteur, VanCity.

Les promoteurs estiment qu'il s'agira plutôt d'une expérience que d'un modèle pour de futurs partenariats publics-privés étant donné que le dévouement manifesté par la société qui l'a parrainé se rencontre trop rarement.

Personne à contacter

Dale McClenahan
VanCity Enterprises
Tél. : (604) 877-7546

Covenant House, Toronto

Aperçu général

Le plus grand refuge pour jeunes du pays, Covenant House, à Toronto, est venu en aide à plus de 50 000 jeunes depuis 1982. Cet organisme met un vaste éventail de programmes à la disposition des jeunes pour les aider à mener une vie autonome. Covenant House, qui est ouverte 24 heures sur 24, sept jours sur sept, offre un abri sûr pour la nuit aux jeunes âgés de 16 à 22 ans et compte 80 places. L'établissement offre également des repas, des vêtements, des soins médicaux et une aide à l'éducation et à l'emploi à des milliers d'autres jeunes par l'entremise de son service de soutien communautaire. Le soir, les travailleurs d'approche de Covenant House vont dans les rues rejoindre les jeunes les plus à risques. Cette institution procure également des logements à long terme.

Pour empêcher les jeunes de devenir des sans-abri, Covenant House dispense des programmes éducatifs dans les écoles et auprès des groupes de jeunes. Covenant House est enregistrée comme organisme de bienfaisance et peut émettre des reçus aux fins de l'impôt, conformément aux lignes directrices de l'Agence des douanes et du revenu.

Le nouvel établissement de 88 lits a été financé à la fois par des subventions gouvernementales (5 millions de dollars de la Ville de Toronto) et des campagnes de financement (4,6 millions de dollars).

Intérêt pour les organismes de production de logements abordables

- Montre que les gouvernements municipaux peuvent apporter leur soutien aux initiatives qui répondent à des enjeux sociaux.
- Démontre que le personnel, les bénévoles qui participent aux levées de fonds et les donateurs peuvent être motivés par des projets apportant des solutions à des problèmes sociaux préoccupants.
- Montre que la participation de bénévoles influents du milieu des affaires de la collectivité est essentielle au succès de toute grande campagne de financement.
- Démontre la nécessité d'établir des relations avec des bénévoles et des donateurs potentiels en leur donnant la possibilité de participer à toutes les phases du projet.

Le contexte

Le nombre de jeunes qui vivent dans la rue à Toronto est estimé à 10 000. Il s'agit d'une population à risque : selon les études réunies par Covenant House, les jeunes sans-abri risquent 12 fois plus de mourir que les autres. Le problème s'aggrave : Covenant House signale une augmentation du nombre de jeunes qui se retrouvent chaque année dans les rues de Toronto.

Avant 1993, Covenant House fournissait 30 lits répartis dans quatre maisons louées au centre-ville de Toronto. Cet organisme a toutefois jugé nécessaire de regrouper ses locaux à proximité d'un quartier reconnu comme une « zone à problèmes ». En 1993, il a fait l'achat d'un immeuble qui répondait à ses besoins.

En raison de la récession et de l'effondrement du marché immobilier, l'immeuble a coûté 5,6 millions de dollars, soit nettement moins que sa valeur marchande antérieure. En plus du prix d'achat, il a fallu débourser environ 4 millions de dollars pour des rénovations. Le coût total d'achat et de rénovation de l'immeuble s'est donc chiffré à près de 9,6 millions de dollars.

Objectifs

L'objectif global du projet consistait à aider davantage de jeunes sans-abri de Toronto en regroupant les quatre maisons de l'organisme au sein d'un même établissement situé près du quartier du centre-ville de Toronto le plus fréquenté par les jeunes à risques.

Enjeu social

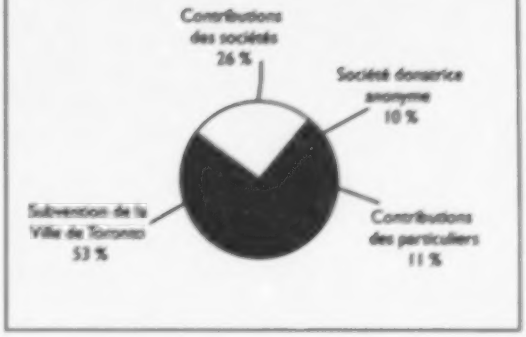
Covenant House offre un abri à 88 jeunes âgés de 16 à 22 ans (71 résidents par jour en moyenne et nombre total de 2 000 résidents par an). Covenant House fournit également des services de counseling et d'assistance sur le plan éducatif et professionnel. Cet établissement a, sur place, une clinique médicale gérée par trois infirmières qui se spécialisent dans les problèmes de santé associés à la vie dans la rue soit la malnutrition, l'exposition au froid et l'hygiène personnelle. Enfin, l'organisme offre des services de soutien communautaires (y compris les premières nécessités comme des repas, des vêtements de rechange et des produits de toilette) à environ 2 500 jeunes chaque année.

Promoteur du projet

Covenant House est l'organisme qui a parrainé le projet. Il s'agit d'un organisme de bienfaisance enregistré qui peut émettre des reçus aux fins de l'impôt.

Partenaires

Covenant House — Sources de financement



- Ville de Toronto : La Ville de Toronto a reconnu que Covenant House jouait un rôle essentiel pour aider les jeunes sans-abri et a donné 5 millions de dollars pour l'achat de l'immeuble.
- Société donatrice anonyme : Covenant House a obtenu l'appui généreux d'un promoteur immobilier qui a donné un million de dollars pour le projet, mais a exprimé le désir de rester anonyme.
- Contributions des entreprises : Les entreprises ont donné 2,52 millions de dollars (26 % du coût total et 70 % des levées de fonds privées) pour soutenir cette initiative. Nous ne connaissons pas le nombre de sociétés qui ont apporté leur contribution financière.
- Contributions des particuliers : Les contributions des particuliers se sont chiffrées à 1,08 million de dollars (11 % du coût total et 30 % du montant des levées de fonds privées).

Méthodologie de financement

En 1993, Covenant House a réuni un cabinet de campagne formé de 12 dirigeants du milieu des affaires. Ce comité était présidé par Holger Kluge (président, Services bancaires personnels et commerciaux, CIBC). En plus de présider le comité, M. Kluge assumait les responsabilités ci-après :

- recruter les autres membres du comité;
- s'assurer que CIBC soutiendrait la campagne;
- motiver et inciter les membres du comité à faire eux-mêmes des contributions et à obtenir d'autres contributions.

Chacun des membres du comité était chargé de ce qui suit :

- faire lui-même une contribution financière importante ou obtenir un don de sa société; et
- solliciter et obtenir six à dix dons importants supplémentaires de riches particuliers ou de sociétés.

La plupart des sollicitations de dons importants ont été faites directement par les membres du comité de campagne lors de rencontres en tête-à-tête avec des amis et des collègues.

À la suite de ces rencontres, chaque membre du comité envoyait une lettre de suivi aux donateurs potentiels. Certains dons ont été obtenus en envoyant une lettre de sollicitation suivie d'un appel téléphonique. Le directeur du développement et des communications de Covenant House et son personnel ont soutenu le comité.

Le personnel chargé du développement a recherché des donateurs potentiels, préparé le matériel de communication de la campagne et a coordonné les activités de sollicitation du comité.

Le personnel a également organisé des activités pour faciliter la sollicitation des donateurs potentiels (p. ex., la visite du nouvel établissement pendant les travaux de construction) et apporté d'autres formes de soutien logistique au comité de la campagne. La campagne a duré environ un an.

Soutien philanthropique

Le soutien philanthropique du projet a été entièrement apporté sous la forme de dons directs en espèces.

Donateurs philanthropiques

Les donateurs de cette initiative, qui se souciaient du sort des jeunes sans-abri, ont également été convaincus de soutenir le projet par des amis qui siégeaient au comité de financement. À la fois pour les inciter à donner et les remercier de leurs dons, l'organisme leur a émis un reçu aux fins de l'impôt et a inscrit le nom de tous les donateurs, qu'il s'agisse de particuliers, de sociétés ou de fondations, sur une plaque spéciale apposée sur le nouvel établissement.

Efforts infructueux

Les sollicitations n'ont pas toutes été fructueuses. Un grand nombre de sociétés, de fondations et de particuliers ont refusé leur appui pour diverses raisons dont le manque d'intérêt pour cette initiative et pour ce problème ainsi que les ressources limitées dont ils disposaient.

Répercussions et résultats

Covenant House a réussi à lever près de 10 millions de dollars pour la construction d'un nouvel établissement de 88 lits. Cette initiative a également été une importante source de publicité pour l'organisme et a renforcé ses liens avec la Ville de Toronto et les principaux donateurs philanthropiques.

Ces relations ont permis à Covenant House de recueillir davantage de fonds, chaque année, depuis cette campagne. En 1998, par exemple, l'organisation a tiré 73 % de son budget de fonctionnement annuel de dons philanthropiques. Elle dispose maintenant d'un nouvel établissement à Vancouver et est en train de terminer une campagne de financement qui s'est inspirée du modèle établi à Toronto.

Personne à contacter

Carolyn Millman
Directrice, Développement
et Communications
Covenant House
20, rue Gerrard Est
Toronto (Ontario) M5B 2P3
Tél. : (416) 204-7065
Téléc. : (416) 204-7030

Les aînés

Nous nous demandons tous ce qu'il adviendra de nous lorsque nous vieillirons. Néanmoins, pour les aînés, il s'agit d'une inquiétude plus immédiate. Pendant combien de temps pourront-ils continuer à vivre seuls? Qui prendra soin d'eux? Perdront-ils contact avec leurs amis?

Les six organismes ci-après fournissent, comme bien d'autres au Canada, la réponse à ces questions et la qualité de soins que nos personnes âgées sont en droit d'attendre.

Chacun de ces organismes a sa propre mission et sa propre clientèle, mais ils ont tous beaucoup en commun. Chaque résidence a été construite parce que les citoyens de la collectivité estimaient que leurs aînés devraient pouvoir continuer à vivre dans leur communauté et avoir accès aux soins dont ils avaient besoin.

St. Barbe, un foyer rural pour les personnes âgées, a été construit sur l'initiative de résidents de la région qui ont obtenu une subvention de Développement des ressources humaines Canada (DRHC) et de l'International Grenfell Association. En recueillant 25 000 $ auprès de particuliers et de petites entreprises sur une période de sept mois, ils ont réussi à combler leur « déficit financier » et à mener à bien un projet qui est devenu une source de fierté et de confort pour les résidents de la péninsule Northern, à Terre-Neuve.

Fondé en 1857 par les Sœurs de Saint-Joseph à Toronto, le Centre Providence a fourni des soins de longue durée à des générations de familles torontoises. Un établissement d'une capacité de 288 résidents y a été ajouté cette année, ce qui permettra au centre de redéfinir la nature même des soins à long terme en « transformant une institution en véritable foyer ».

Dans le cas de l'Auberge du bon temps, au Québec, il s'agissait de lever des fonds pour ajouter une aile à une ancienne école déjà transformée, pour les personnes âgées. Pour la communauté mennonite chinoise de Vancouver, le défi consistait à coordonner la construction d'un nouvel établissement, du début à la fin.

Un prêtre tourné vers l'avenir de l'église St. Demetrius, à Etobicoke, a commencé par aménager un centre d'accueil pour les immigrants âgés récemment établis dans la région et son projet a fini par devenir un centre d'hébergement de 15 étages.

Enfin, le W.J. Phillips Seniors Home a décidé que la meilleure solution pour la collectivité n'avait pas encore été trouvée et a lancé le concept des soins « enrichis »; 28 résidents bénéficient maintenant de divers services de soutien dont une supervision 24 heures sur 24, la préparation de repas, des services de blanchisserie et l'accès à des soins de santé.

St. Barbe's Chronic Care Corporation, Terre-Neuve

Aperçu général

St Barbe's Chronic Care est un établissement de soins qui dessert les aînés handicapés physiquement et mentalement qui résident sur la côte nord-est de la péninsule Northern, à Terre-Neuve. Cet établissement est un immeuble de plain-pied qui offre huit chambres pour une personne et six chambres pour deux personnes (20 lits au total) ainsi que des soins infirmiers.

Le coût total de cette initiative s'est chiffré à 998 000 $ dont 231 000 $ ont été financés par un prêt hypothécaire assuré de la SCHL. Les 767 000 $ restants ont été couverts par des subventions gouvernementales (588 000 $), une subvention d'une fondation privée (75 000 $) et une campagne de financement dans la collectivité (104 000 $). La province a donné un terrain appartenant à la Couronne et continue de fournir des fonds de fonctionnement pour compléter les frais mensuels que paient les résidents.

L'établissement de soins St. Barbe, qui visait à répondre aux besoins de résidents locaux, a été construit en l'absence de tout programme de financement gouvernemental. En fait, c'est seulement en 1989 que la province a, pour la première fois, donné le feu vert à des organismes sans but lucratif pour mettre sur pied un programme pilote visant à étudier la viabilité de ce modèle. Jusqu'au milieu des années 1990, la plupart des établissements de soins terre-neuviens étaient construits et exploités par des intérêts privés.

Intérêt pour les organismes de production de logements abordables

- Montre qu'en plus de répondre aux besoins de logements, un ensemble de logements abordables peut résoudre d'autres problèmes sociaux qui peuvent devenir une priorité pour diverses sources de financement.
- Montre comment les « fonds de contrepartie » du gouvernement ou de fondations servent à attirer des contributions philanthropiques dans une collectivité.
- Démontre que dans les petites collectivités, les campagnes auprès du grand public sont un moyen important de lever des fonds et de mobiliser des appuis pour des initiatives considérées comme un nouvel atout pour la collectivité.

Objectifs

La St. Barbe's Chronic Care Corporation a pour mission d'héberger les personnes âgées de la région afin qu'elles puissent demeurer dans la collectivité où elles ont vécu la majeure partie de leur vie. La Corporation a pour but de veiller à ce que son établissement offre aux résidents un excellent niveau de soins et de confort.

Enjeu social

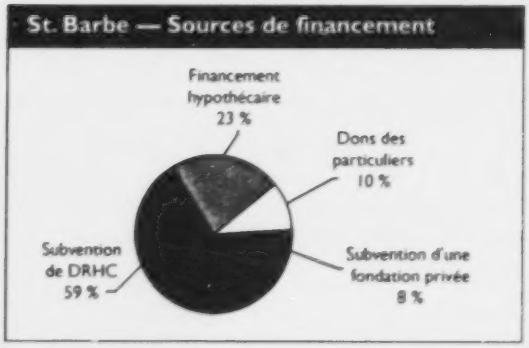
La population qui réside dans la péninsule Northern est vieillissante, ce qui correspond aux prévisions démographiques pour l'ensemble du Canada. Une évaluation récente du conseil régional de santé a confirmé qu'une quarantaine d'aînés de la région auront bientôt besoin de soins personnels et de services médicaux plus rapprochés.

À part St. Barbe's, le centre de soins de longue durée le plus proche n'a qu'une capacité de 22 lits et se trouve à une centaine de kilomètres de distance.

Promoteur du projet

St. Barbe's a été fondé en 1989 pour mettre des installations de soins à la disposition des résidents de la région. Les membres de son conseil d'administration sont des résidents locaux possédant un éventail de compétences du fait de leur appartenance à diverses professions dont la pharmacie, le secteur bancaire, le développement économique et l'enseignement. La Corporation est un organisme de bienfaisance enregistré qui émet aux donateurs des reçus aux fins de l'impôt.

Partenaires



Gouvernement provincial : La province a contribué à cette initiative en mettant un terrain de la Couronne à la disposition du centre et elle s'est engagée à verser des subventions de fonctionnement pour compléter les frais payés par les résidents (la plupart des résidents paient près de 800 $ provenant de leurs prestations du RPC et de la Sécurité de la vieillesse et la province comble la différence pour couvrir le coût total de 915 $ par lit).

Gouvernement fédéral : Développement des ressources humaines Canada (DRHC) a octroyé deux subventions. La première, de 348 000 $, a été accordée en 1994 comme subvention de développement. Une deuxième subvention conditionnelle de 240 000 $ a été versée en 1997 pour financer la plupart des frais de main-d'œuvre du projet. Pour avoir droit à cette deuxième subvention, la Corporation devait lever des fonds de contrepartie de 100 000 $.

Fondations : L'International Grenfell Association a accordé une subvention de 75 000 $. Il s'agit d'une fondation internationale dotée par un médecin missionnaire dont elle porte le nom, qui a été l'un des premiers à établir des établissements d'éducation et de santé dans la péninsule Northern au cours de la première moitié du XXe siècle. La demande initiale de la Corporation avait été rejetée, en raison de l'important volume de demandes que reçoit l'Association, mais la deuxième a finalement été acceptée à la fin de 1997.

Particuliers : Pour réunir les 100 000 $ de fonds de contrepartie exigés par DRHC, la Corporation a lancé une campagne de financement communautaire qui lui a permis de lever la totalité de la somme en sept mois seulement.

Méthodologie de financement

Une campagne porte-à-porte à l'échelle de la région a permis à la Corporation d'atteindre les trois quarts de son objectif. L'argent restant a été recueilli grâce à des tournois de bingo et une tombola. Les autorités locales ont été contactées et incitées à soutenir l'initiative. Le projet a également recueilli des appuis à la suite de nombreux articles et avis publiés dans le journal communautaire, le *Northern Pen*.

Le *Northern Pen* a également publié un état mensuel des sommes recueillies dans chaque collectivité, ce qui a entraîné une compétition entre les villes voisines.

La Corporation a compté entièrement sur un comité de bénévoles de la collectivité et n'a donc pas retenu les services d'un expert en campagne de financement, ni employé de personnel à plein temps.

Soutien philanthropique

Comme il n'y avait aucune grande entreprise dans la région, la levée de fonds a été faite auprès des particuliers, des petites entreprises et des fondations.

Donateurs philanthropiques

Le soutien financier du secteur philanthropique est venu, en majeure partie, sous la forme de petits dons en espèces faites par les particuliers et les familles. Le don le plus important se chiffrait à 5 000 $ et émanait d'un médecin de la région. La plupart des autres contributions étaient beaucoup plus petites soit de 10 $ à 25 $. Au total, 25 000 $ ont été recueillis, en majeure partie au moyen de tombolas et de bingos. La Corporation pouvait émettre des reçus aux fins de l'impôt, mais ce n'était pas une priorité pour la plupart des donateurs.

L'International Grenfell Association, qui a des bureaux au Royaume-Uni et aux États-Unis, est très attachée à la péninsule Northern et une partie de la région a été baptisée en l'honneur du Dr Grenfell. Le Dr Wilfred Thomason Grenfell était un médecin missionnaire, un réformateur social et un écrivain qui s'est surtout distingué pour le travail qu'il a accompli dans le nord de Terre-Neuve et la région côtière du Labrador. Le Dr Grenfell était associé à la Royal National Mission to Deep Sea Fishermen (FNMDSF), un organisme ayant pour mission de fournir une aide médicale et une direction spirituelle aux pêcheurs de la mer du Nord. Compte tenu des racines de l'International Grenfell Association, cet organisme a réservé un accueil favorable à la demande de financement de ce groupe communautaire.

Efforts infructueux

La Corporation a fait plusieurs tentatives pour obtenir des fonds d'un certain nombre d'organismes subventionnaires et de fondations. Toutes ses démarches ont été infructueuses à l'exception de la deuxième demande qu'elle a adressée à l'International Grenfell Association.

La Corporation n'a pas non plus réussi à obtenir des appuis non financiers d'architectes ou d'entrepreneurs sous la forme de services ou de matériaux.

Répercussions et résultats

Après avoir cherché, pendant près de neuf ans, à recueillir des fonds suffisants, le groupe a fini par réaliser et inaugurer son établissement de soins en 1998. La campagne de financement, qui a généré 100 000 $, a été un élément crucial du processus, puisqu'elle a permis d'obtenir la deuxième subvention de DRHC, de 240 000 $.

Personne à contacter

Judy Way
Secrétaire-trésorière
St. Barbe Chronic Care Corporation
C.P. 234
Flowers Cove (T.-N.)
A0K 2N0
Tél. : (709) 456-2122

Centre Providence, Toronto

Aperçu général

Le Centre Providence a été fondé en 1857 par les Sœurs de Saint-Joseph, à Toronto. Ce centre est considéré comme un important établissement de soins de santé qui fournit des services d'une importance cruciale aux aînés, y compris des soins de longue durée, des soins continus complexes et une réadaptation.

En 1987, l'organisme a reconnu que, pour offrir de meilleurs soins à ses résidents âgés, il devait remplacer son centre de soins de longue durée. Le nouvel établissement, qui pourra accueillir 288 résidents, est actuellement en construction et les travaux doivent être achevés à l'automne 1999.

Le coût des travaux, qui s'élève à 45 millions de dollars, a été financé grâce à des subventions gouvernementales (22 millions de dollars), une contribution du clergé catholique (2,2 millions de dollars) et une campagne de financement auprès du public (20,8 millions de dollars).

Intérêt pour les organismes de production de logements abordables

- Montre que les dirigeants influents du milieu des affaires et de la collectivité ne sont pas seulement motivés par des résultats concrets. Les projets qui peuvent démontrer leur capacité à bâtir un « capital social » grâce à des solutions durables visant à répondre à des problèmes pressants (comme les besoins des aînés) sont plus attrayants pour les donateurs que les campagnes visant à des résultats plus concrets.
- Démontre qu'il est important de répondre à un enjeu social pour obtenir des subventions gouvernementales afin de financer le projet et d'obtenir l'appui de la collectivité.
- Montre la valeur d'une association avec un partenaire financier (dans ce cas, la fondation de l'organisme) prêt à apporter le soutien financier nécessaire pour réaliser le projet.
- Montre que les donateurs philanthropiques ne sont généralement pas motivés par les avantages fiscaux découlant de leurs dons. Les principaux donateurs s'intéressent surtout à l'enjeu social ainsi qu'aux autres avantages et à la reconnaissance publique que le projet peut leur apporter.
- Montre que la persévérance est essentielle, surtout pour les projets de grande envergure. Même les organismes bien établis qui ont des liens solides avec des dirigeants influents du milieu des affaires et de la collectivité doivent être réalistes quant au temps nécessaire pour lever des sommes importantes.

Le contexte

Le Centre Providence avait constaté le besoin d'un nouveau foyer pour personnes âgées dès 1987, mais des retards internes et des changements dans les priorités de financement du gouvernement avaient mis le projet en veilleuse jusqu'en 1994.

Depuis, l'organisme a amélioré le plan du nouvel établissement et obtenu le financement nécessaire.

Ce centre, d'une capacité de 288 lits, s'éloigne radicalement des foyers traditionnels pour personnes âgées et l'approche visionnaire de l'organisme a largement contribué au succès de la campagne de financement auprès du secteur public et du secteur privé.

L'équipe d'architectes Montgomery & Sisam/ Kuwabara Payne McKenna Blumberg a conçu un plan qui réussit très bien à transformer une institution en véritable résidence. Ce plan est centré autour de la vie des occupants et humanise les fonctions et les espaces traditionnels de ce genre d'établissement.

Objectifs

L'objectif de cette initiative consistait à remplacer, agrandir et améliorer les installations d'un établissement de soins de longue durée en remplaçant celui-ci par un nouvel immeuble qui donnerait à ses occupants l'impression d'être chez eux. Plus précisément, Providence devait satisfaire aux normes de sécurité rigoureuses que le ministère de la Santé de l'Ontario exige pour les établissements de soins de longue durée. Enfin, l'institution devait se conformer à la limite de financement du Ministère qui est de 75 000 $ par lit.

Enjeu social

Providence répond aux besoins des aînés en jouant le rôle de chef de file. Cet organisme s'est fait le champion des soins aux personnes âgées et des changements sociaux à apporter en ce qui concerne la priorité accordée aux besoins de services de santé et de logements abordables de la population âgée du Canada.

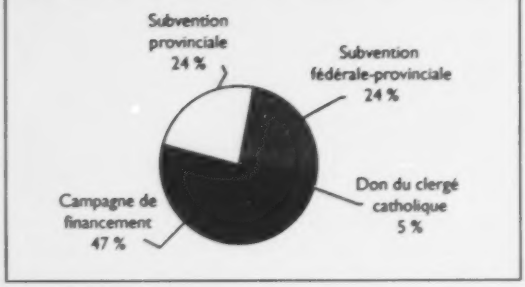
En plus de sa résidence, Providence aide d'autres aînés et leurs dispensateurs de soins dans le cadre de son programme de soins de jour pour les personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer (1 140 clients par an), de sa clinique de podologie (6 000 clients par an), de son programme de repas à domicile (26 000 repas par an), de son programme gériatrique régional (1 950 visites à domicile par an), de son service de soins de relève (3 120 clients par an) et de ramassage-repas (1 560 clients par an).

Promoteur du projet

La Providence Centre Foundation a été établie en 1988 pour protéger l'organisme contre de futurs déficits financiers. Sous la direction d'un conseil d'administration solide disposant de nouvelles compétences professionnelles, la Fondation a rapidement joué un rôle central dans la gestion de la campagne de financement du projet d'immobilisation du centre.
La Fondation soutient également des programmes de recherche et des initiatives de soins aux patients.

Partenaires

Centre Providence
— Sources de financement



Gouvernement provincial : Le gouvernement provincial a reconnu Providence Centre comme un élément essentiel de son programme visant à créer davantage de lits de soins de longue durée et lui a donc accordé 11 millions de dollars par l'entremise du ministère de la Santé.

Gouvernement fédéral : Le Programme d'infrastructure Canada-Ontario a accordé une contribution de 11 millions de dollars équivalant à celle du gouvernement provincial.

Clergé catholique : Le clergé catholique a contribué au projet à raison de 2,2 millions de dollars en échange desquels il a obtenu l'accès à 36 lits pour ses aînés dans le nouvel établissement.

Providence Centre Foundation : La Providence Centre Foundation mène une campagne pour recueillir 20,8 millions de dollars auprès des sociétés, fondations et particuliers ainsi qu'en organisant des activités spéciales. Elle a réussi à lever jusqu'ici environ 16 millions de dollars. En plus de la campagne, la Fondation a prêté environ 8 millions de dollars au Centre pour l'aider à répondre à ses besoins de trésorerie pendant les travaux. Une partie des fonds recueillis au cours de la campagne serviront à rembourser le prêt à la Fondation. Enfin, la banque du Centre Providence a pris en garantie l'actif financier de la Fondation pour financer une partie du projet.

Méthodologie de financement

La Providence Centre Foundation a mis sur pied une campagne de financement pour recueillir près de 21 millions de dollars auprès des sociétés, des fondations et des particuliers. Afin d'obtenir le maximum de contributions, la Fondation a réuni un comité formé d'éminents représentants du milieu des affaires et de la collectivité ainsi que de membres de son conseil d'administration. De nombreux membres du comité ont apporté une importante contribution financière et ont été chargés d'obtenir chacun six à dix dons importants. Cette sollicitation s'est faite en majeure partie à l'occasion de rencontres en tête-à-tête avec des donateurs potentiels.

La Fondation a engagé deux professionnels du financement pour travailler à sa campagne. Le personnel de la campagne a recherché des donateurs potentiels, préparé le matériel de communications et s'occupe actuellement de la coordination des activités de sollicitation du comité de la campagne. De plus, les six employés permanents de la Fondation réexaminent continuellement la liste des donateurs potentiels, envisagent la possibilité d'organiser des événements pour cultiver des relations avec eux et fournissent un soutien logistique complet.

Soutien philanthropique

La totalité du soutien philanthropique à cette initiative a revêtu la forme de dons en espèces. De nombreux donateurs se sont engagés à verser leurs dons à la Fondation en versements égaux sur une période de trois à cinq ans.

Donateurs philanthropiques

Les donateurs ont été motivés par un certain nombre de facteurs dont les pressions de leurs pairs, leur intérêt personnel (un bon nombre d'entre eux ont des parents qui résident au Centre Providence) et le fait que certains considèrent la possibilité de résider ultérieurement dans le centre.

La plupart des particuliers, des fondations et des sociétés qui ont appuyé le nouveau centre d'hébergement participent très activement à d'autres campagnes de financement, comme bénévoles ou comme donateurs. Un bon nombre d'entre eux soutiennent l'Église catholique et la campagne de financement annuelle de la Providence Centre Foundation. La plupart des donateurs s'attendaient à recevoir un reçu aux fins de l'impôt, mais ce n'est pas cet avantage fiscal qui les a incité à faire un don.

Le nouvel établissement rendra hommage à tous les donateurs, qu'il s'agisse de particuliers, de sociétés ou de fondations, sur un mur qui leur sera spécialement consacré. Le nom des principaux donateurs sera inscrit dans certaines parties du bâtiment.

Efforts infructueux

Étant donné l'importance de cette campagne, de nombreuses sollicitations ont été infructueuses. Un grand nombre de sociétés, de fondations et de particuliers ont refusé leur appui parce qu'ils n'avaient pas établi de relations antérieures ou n'avaient pas d'affinité naturelle avec le Centre.

Répercussions et résultats

Plus de 10 ans après le lancement du projet, le nouveau centre d'hébergement est maintenant en construction et doit ouvrir ses portes en novembre 1999. Cet établissement, d'une capacité d'accueil de 288 résidents, s'éloignera radicalement des centres d'hébergement traditionnels pour les personnes âgées.

Personne à contacter

Lou Ridelle
Vice-président des finances
Providence Centre
2376, avenue St. Clair Est
Scarborough (Ontario)
M1L 1W1
Tél. : (416) 285-3747

Centre d'hébergement mennonite chinois de Vancouver

Aperçu général

Le Centre d'hébergement mennonite chinois de Vancouver a ouvert ses portes en novembre 1996. Il s'agit d'un ensemble de logements locatifs situé au cœur du quartier chinois de Vancouver, qui offre aux aînés d'origine chinoise un lieu où ils peuvent résider et obtenir des services de soutien à proximité de leur communauté culturelle et religieuse. Cet établissement se compose de 32 petits logements indépendants qui peuvent recevoir jusqu'à 44 résidents âgés. Cet immeuble de quatre étages comprend un foyer où les résidents ont accès à une cuisine commune, une salle à manger et une salle de séjour. Tous les résidents obtiennent quotidiennement des services de repas et d'entretien ménager.

Le coût total du projet s'est chiffré à 2,485 millions de dollars. La contribution totale de l'Église s'est élevée à environ 1,481 million de dollars. Ce montant représente à la fois un terrain donné et les fonds recueillis grâce à une campagne de financement. Le VanCity's Community Deposit Investment Program a accordé un prêt hypothécaire assuré LNH valant 1,004 million de dollars, à 1 % en dessous du taux du marché. La SCHL a garanti le prêt.

Intérêt pour les organismes de production de logements abordables

- Montre que certaines institutions financières songeront à accorder un financement hypothécaire à un taux d'intérêt favorable (en dessous du taux du marché) si le projet concorde avec les priorités de leur programme philanthropique.
- Montre que les projets de logements abordables qui répondent aux besoins de logements et aux besoins sociaux d'une communauté ethnoculturelle donnée ont de bonnes chances d'obtenir le soutien philanthropique de cette communauté.
- Démontre le rôle que jouent les congrégations religieuses en assumant la responsabilité de remédier aux problèmes sociaux (y compris les problèmes de logement) de leur paroisse.
- Montre qu'un dirigeant dynamique et enthousiaste qui a une grande crédibilité au sein de la collectivité peut motiver les bénévoles et mobiliser des appuis.

Le contexte

L'Église mennonite chinoise n'est pas différente des nombreuses congrégations religieuses qui assument de plus en plus la responsabilité des membres âgés de leurs paroisses. En offrant des logements abordables aux Canadiens âgés d'origine chinoise, cette Église a reconnu l'existence d'un besoin dans sa communauté et a réussi à répondre à ce besoin.

Objectifs

Cette initiative est venue du désir de l'Église mennonite chinoise d'offrir des logements abordables à ses aînés dans un milieu répondant à leurs besoins culturels particuliers, notamment sur le plan de l'alimentation et de la langue.

En plus de fournir des logements abordables offrant un environnement culturel adéquat, l'Église mennonite chinoise de Vancouver apporte aux aînés les services de soutien dont ils ont souvent besoin. Chaque chambre est équipée d'un bouton d'appel, ce qui permet aux locataires d'avoir accès à des soins d'urgence 24 heures sur 24.

Enjeu social

Comme la plupart des autres groupes canadiens, la communauté chinoise de Vancouver doit faire face à la réalité du vieillissement rapide de la population. Les aînés préfèrent souvent revenir s'installer en ville afin d'être plus près d'un vaste éventail de services médicaux et d'avoir plus facilement accès aux magasins, à leurs amis et à des activités prévues à leur intention. Néanmoins, l'inflation immobilière a dressé des obstacles pour de nombreuses personnes à la recherche d'un logement abordable de qualité.

Le Centre d'hébergement mennonite chinois, qui est situé dans l'est du quartier chinois de Vancouver, résout un problème difficile pour les nombreux aînés qui veulent profiter des avantages de la vie en ville. Le Centre a déjà une liste d'attente d'une cinquantaine de personnes.

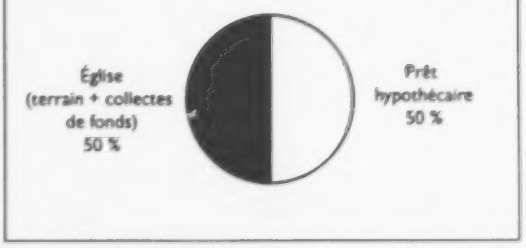
Promoteur du projet

L'Église mennonite chinoise de Vancouver est le principal promoteur de ce projet. Cette initiative est dirigée par le Révérend Stephen Lee, un ancien réfugié chinois, qui a également aidé à mettre sur pied le premier centre de rétablissement des réfugiés de Colombie-Britannique, en 1979.

L'Église mennonite chinoise de Vancouver a donné le terrain de cet immeuble, qui est évalué à environ 0,68 million de dollars et levé le montant de près d'un demi million de dollars nécessaire pour la construction. La contribution totale de l'Église, qui comprend les activités de financement locales qu'elle a parrainées, a été évaluée à environ 1,5 million de dollars. L'Église gère le Centre par l'entremise de sa propre société d'habitations, un organisme de bienfaisance enregistré qui peut délivrer aux donateurs des reçus aux fins de l'impôt.

Partenaires

Centre d'hébergement pour personnes âgées chinoises — Sources de financement



Gouvernement provincial : En accordant une subvention de fonctionnement dans le cadre de son programme FAVOUR, le gouvernement provincial abaisse d'environ 200 $ les frais mensuels que paient la plupart des résidents, ce qui les ramène à environ 1 150 $.

Vancouver City Saving Credit Union : Elle a accordé le prêt hypothécaire de 1,481 million de dollars sur 25 ans, à un taux d'intérêt réduit de 7,2 %. Le prêt hypothécaire comprenait un prêt de 0,5 million de dollars accordé par le Community Investment Deposit Account de la VanCity Community Foundation. Ce compte aide à financer la construction de logements abordables à un taux d'intérêt réduit.

SCHL : Elle a participé à ce projet en fournissant une assurance pour le prêt de construction et en assurant le prêt hypothécaire de 1,004 million de dollars en vertu de la Loi nationale sur l'habitation. Le Centre canadien du partenariat public-privé en habitation de la SCHL (CCPPPH) a également accordé à l'Église mennonite chinoise de Vancouver un prêt sans intérêt de 47 080 $ pour la préparation du projet, ce qui a aidé le groupe à réaliser cette initiative.

Autre : La Ville de Vancouver a également soutenu le projet en approuvant le changement de zonage qui a permis la construction du centre d'hébergement. Parmi les autres organismes qui ont soutenu le projet figurent VanCity Enterprises, qui a offert un tarif réduit pour ses services et le constructeur, Walter Goertz Construction, qui a aidé l'Église mennonite à réaliser d'autres projets.

Méthodologie de financement

Environ 70 % de l'objectif de 0,5 million de dollars a été atteint grâce aux contributions des particuliers. Les donateurs d'environ 20 % des fonds recueillis ont acheté des « droits d'appellation » exclusifs pour dix pièces du centre. Les 10 % restants provenaient d'un grand banquet-bénéfice chinois. Des articles ont été publiés régulièrement dans le journal chinois local et des annonces publicitaires à la radio chinoise ont fait connaître la campagne pour le financement du centre d'hébergement, qui a été largement appuyée par la communauté.

Cette campagne de financement a été mise sur pied par un comité spécial qui est devenu par la suite la Chinese Housing Society. Ce groupe n'a pas fait appel à un professionnel des campagnes de financement et n'a pas eu recours non plus à du personnel professionnel pour mener ces tâches à bien.

Soutien philanthropique

Le soutien a surtout été obtenu sous deux formes, soit le terrain donné par l'Église et environ 500 000 $ levés au sein de la communauté chinoise.

Donateurs philanthropiques

Les membres de la communauté chinoise ont apporté un soutien philanthropique important sous la forme de dons en espèces. Ces dons allaient de 100 $ à 1 000 $. Des dons importants ont été sollicités en échange du droit de nommer une pièce du centre. On a offert à 10 donateurs de donner 10 000 $ ce qui leur conférait le droit de nommer une pièce. Un banquet réunissant la communauté chinoise a permis de recueillir entre 40 000 $ et 50 000 $. Le billet coûtait entre 50 $ et 100 $, mais ce banquet a eu beaucoup de succès et comme le rappelle le Révérend Lee, « le repas était délicieux ». Dans l'ensemble, les donateurs ont été incités à soutenir ce projet parce qu'il répondait à un besoin pressant de leur communauté.

Répercussions et résultats

Le Centre d'hébergement pour personnes âgées d'origine chinoise de Vancouver est une telle réussite que l'Église est en train de préparer la construction de nouveaux ensembles de logements, dont un immeuble de cinq logements et un autre de dix logements. L'Église continuera de se servir de ce modèle, qui a donné de très bons résultats, grâce à l'appui d'une institution financière, à un partenariat avec la SCHL qui a garanti le prêt et à une campagne de financement locale.

Personne à contacter

Stephen Lee
Révérend
Vancouver Chinese Mennonite Church
375, rue Pender Est
Vancouver (Colombie-Britannique)
V68 1Z1
Tél. : (604) 688-0877

St. Demetrius Development Corporation, Etobicoke

Aperçu général

St. Demetrius est un immeuble de 259 appartements destinés à des Canadiens d'origine ukrainienne âgés de plus de 65 ans. La St. Demetrius Development Corporation, qui est une société d'habitation sans but lucratif et indépendante, exploite l'immeuble. Cette société d'habitation a un personnel de cinq employés à plein temps. Ce personnel se compose d'un directeur général, d'un gestionnaire d'immeuble, d'employés de soutien administratif et d'un préposé à l'entretien.

Ce projet a coûté environ 14,3 millions de dollars et la St. Demetrius Development Corporation a pu obtenir un financement hypothécaire grâce aux accommodements consentis par la SCHL en ce qui concerne son programme de garantie hypothécaire. Le terrain est loué à l'Église St. Demetrius qui a signé un bail pour 40 ans.

Intérêt pour les organismes de production de logements abordables

- Illustre la nécessité d'avoir un promoteur ayant la vision, l'enthousiasme et la crédibilité nécessaires pour motiver les bénévoles et mobiliser des appuis.
- Démontre qu'en ciblant les besoins de logements abordables d'un groupe ethnoculturel, les promoteurs peuvent mobiliser les membres de la communauté.
- Montre que, si le projet est bien conçu, il est possible de produire des logements abordables en obtenant l'appui de nombreux donateurs philanthropiques et sans le soutien de grandes sociétés ou de fondations.

Le contexte

Au début des années 1960, le Père Tataryn a remarqué que son église commençait à se remplir avec l'afflux d'Ukrainiens qui venaient s'installer à Etobicoke. Parmi les nouveaux membres de sa congrégation se trouvaient de nombreuses personnes âgées qui avaient peu d'activités sociales ou de services à leur disposition. Craignant que ces personnes aient de la difficulté à s'adapter à leur nouveau domicile, le Père Tataryn a voulu organiser un centre d'accueil pour les aînés. Son idée s'est vite réalisée lorsque l'Église a acheté une ferme qu'elle a transformée en centre de l'âge d'or. C'est seulement alors que l'Église a pris conscience d'un besoin beaucoup plus important, celui d'un ensemble de logements pour personnes âgées. Le succès du centre d'accueil a renforcé la nécessité d'un ensemble résidentiel.

Fort heureusement, le terrain de l'Église a fait, au début des années 1970, l'objet d'un changement de zonage qui permettait la construction d'immeubles en hauteur et la Ville a incité l'Église à profiter de ce changement. Malgré les protestations initiales des riverains qui voulaient que le quartier soit réservé à des maisons individuelles, le projet est allé de l'avant.

À l'heure actuelle, cette résidence loge environ 300 aînés disposant de divers niveaux de revenu. Les loyers vont de 545 $ pour un petit studio à 899 $ pour un appartement de deux chambres à coucher.

Les locataires ont accès à une subvention par l'entremise du Programme d'aide au logement communautaire de l'Ontario.

Objectifs

Le principal objectif était d'offrir des logements sûrs et à bon marché aux aînés d'origine ukrainienne. Un deuxième objectif consistait à mettre en place des programmes et un soutien social et religieux pour les aînés de la communauté ukrainienne.

Enjeu social

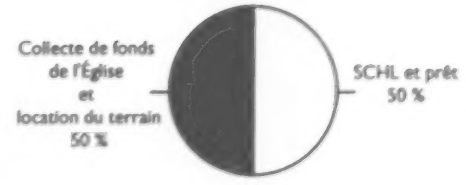
Une enquête réalisée au début des années 1970 a révélé une augmentation du nombre de personnes âgées au sein de la communauté ukrainienne de la ville, de plus en plus de gens quittant Toronto pour s'installer à Etobicoke. L'immeuble d'appartements a été construit pour offrir des logements abordables à ce groupe de la population.

Promoteur du projet

La paroisse St. Demetrius, de l'Église épiscopale catholique ukrainienne a, sous la direction du Père John Tataryn, recueilli d'importantes sommes d'argent en procédant à une levée de fonds au sein de la paroisse. De plus, l'Église était propriétaire du terrain et a accordé à la St. Demetrius Development Corporation un bail de 40 ans à des conditions avantageuses.

Partenaires

Résidence pour aînés St. Demetrius — Sources de financement



Société canadienne d'hypothèques et de logement : La SCHL a accordé un prêt initial de 15 000 $ pour la préparation du projet. Elle a également accepté de faire une exception à ses critères habituels de souscription d'assurance hypothécaire pour accorder une assurance hypothécaire qui a facilité le financement du projet.

Méthodologie de financement

Les bénévoles de la paroisse se sont chargés en majeure partie de la collecte de fonds. Ils ont fait du porte-à-porte au sein de la communauté de l'Église ukrainienne de Toronto et ont organisé de nombreuses tombolas, ventes de pâtisseries et ventes de charité.

Soutien philanthropique

La communauté ukrainienne respecte ses aînés et en assume la responsabilité sociale. Son sens très développé de ses responsabilités sociales envers les personnes âgées de la communauté vient de ce qu'elle considère les aînés comme les pionniers du Canada et l'un des groupes qui ont bâti le pays.

Donateurs philanthropiques

Il est de la plus haute importance pour les Ukrainiens de s'assurer que leurs aînés puissent vivre dans un endroit sûr où ils pourront rencontrer des gens de leur âge et recevoir les soins d'un personnel professionnel. La culture ukrainienne honore profondément ses aînés, leurs liens avec l'histoire et leur importance pour la communauté. Il était prévisible qu'un projet comme celui-ci bénéficierait d'un grand appui de la part des membres de la communauté.

Répercussions et résultats

La longue liste d'attente témoigne du succès du Centre St. Demetrius. Un grand nombre de ses résidents y vivent depuis près de 20 ans et « font partie de la maison ». Face au vieillissement de sa clientèle (l'âge moyen actuel des résidents de St. Demetrius est de 85 ans), la St. Demetrius Development Corporation a reconnu la nécessité de fournir des services de soutien sur place. Cela veut dire des services supplémentaires pour l'entretien ménager, les soins personnels ainsi qu'un service d'urgence 24 heures sur 24.

Fort de longues années d'expérience, St. Demetrius a récemment pris de l'expansion en construisant l'Ukrainian Canadian Care Centre. Ce centre d'hébergement de 120 lits offre tout un éventail de services allant du logement des aînés à des soins de longue durée en passant par des services de soutien.

La communauté de l'Église St. Demetrius continue de coopérer avec la St. Demetrius Development Corporation en explorant des idées et des suggestions pour l'avenir.

Personne à contacter

Carol Jarman
Directeur exécutif
Ukranian Canadian Church Care Centre
60, chemin Richview
Etobicoke (Ontario)
Tél. : (416) 243-7653
Téléc. : (416) 243-7452

W.J. Phillips Seniors Residence, Albertson, Î.-P.-É.

Aperçu général

La petite ville d'Albertson, dans l'Île-du-Prince-Édouard, abrite depuis peu une nouvelle résidence pour personnes âgées pouvant accueillir 28 personnes. Elle contient 14 logements indépendants et 14 lits de soins de santé communautaire dans un établissement offrant des services complets. Cette résidence, qui fournit davantage de services que le centre d'hébergement typique, même s'il ne s'agit pas vraiment d'un établissement de soins de longue durée, suit une nouvelle voie en offrant ce qu'il est maintenant convenu d'appeler des « soins enrichis ».

Intérêt pour les organismes de production de logements abordables

- Montre que, même dans une petite communauté, il est possible de créer des logements abordables si l'on obtient l'appui et le soutien de la collectivité.
- Montre que les membres d'une communauté peuvent être prêts à fournir des garanties financières personnelles pour obtenir un financement.
- Montre qu'un appui de la municipalité (réduction des impôts fonciers) peut stimuler le soutien philanthropique dans la collectivité.
- Démontre qu'en faisant connaître les autres avantages sociaux d'un projet (dans ce cas, la création locale d'emplois) il est possible d'obtenir d'autres sources de financement qui, autrement, ne seraient pas disponibles pour le logement abordable.

Le contexte

Le projet a été conçu parce qu'il fallait un établissement pour les personnes âgées incapables de mener une vie autonome dans leur propre domicile. Le conseil de santé régional a évalué et confirmé ce besoin.

Objectifs

Les objectifs de l'organisme consistaient à construire un établissement pour offrir un logement abordable aux résidents de la région.

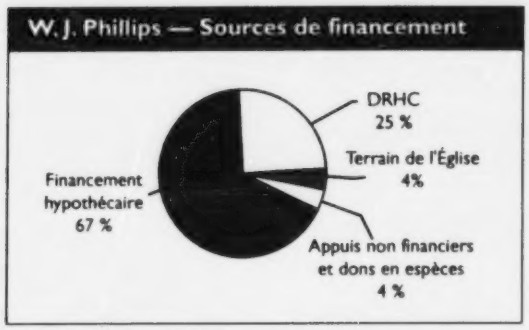
Enjeu social

Les résidents de la région d'Albertson, une collectivité très unie de la plus petite province du Canada, hésitaient beaucoup à s'éloigner de chez eux pour obtenir les soins dont ils avaient besoin. La demande ayant augmenté, il est devenu possible de créer sur place un centre d'hébergement chargé d'offrir des services « enrichis ».

Promoteur du projet

Un nouvel organisme de bienfaisance et consortium de gestion, Enriched Residential Care Concepts Inc., a été créé pour construire et exploiter l'établissement. Son conseil d'administration est composé de nombreux dirigeants communautaires dont les représentants de cinq confessions religieuses et de diverses professions.

Partenaires



Église anglicane : L'Église anglicane locale a donné le terrain d'une valeur de 36 000 $. Les églises locales, les services de santé publique ainsi qu'un certain nombre de particuliers et d'entreprises ont signé des lettres d'intention (représentant un montant total de 56 000 $) pour garantir les coûts de construction imprévus, de faibles revenus pendant les premiers mois de location ou un déficit d'exploitation. Le consortium s'est servi de ces garanties pour obtenir une hypothèque de second rang de CIBC. Il n'a pas été nécessaire de faire jouer ces garanties et le budget n'a pas été dépassé. Le groupe a pu recueillir 10 000 $ grâce à une campagne de financement auprès des entreprises locales.

DRHC : Développement des ressources humaines Canada (DRHC) a été la principale source de financement en accordant une subvention de 250 000 $ de son Fonds transitoire pour la création d'emplois. Cette aide a permis de créer des emplois dans le secteur de la construction de même que sept postes permanents dans l'établissement.

SCHL : La Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) a accordé un prêt remboursable de 26 000 $ pour la préparation du projet afin de contribuer aux frais de préaménagement.

Elle a aussi accordé une assurance hypothécaire sur le premier prêt hypothécaire de la CIBC.

La municipalité : La municipalité a également accordé une réduction des impôts fonciers, ce qui a réduit les frais de fonctionnement.

Méthodologie de financement

Le groupe n'a pas réussi à atteindre son objectif initial qui consistait à recueillir 30 000 $ auprès des entreprises locales. Il n'a pu lever que 10 000 $, mais un avocat a fourni gratuitement ses services au consortium et l'architecte a abaissé ses honoraires. Enriched Residential Care Concepts s'est chargé lui-même de la campagne de financement sans faire appel à un professionnel.

Soutien philanthropique

Le projet n'a bénéficié que de 10 000 $ de dons privés, mais il a pu obtenir 56 000 $ en garanties de particuliers et d'entreprises de la région.

Donateurs philanthropiques

Ce projet a, depuis le début, bénéficié d'un solide appui de la part de la collectivité. Le principal facteur de motivation des donateurs était probablement qu'ils souhaitaient aider les aînés de la région dont ils connaissaient sans doute la plupart. Enriched Residential Care Concepts est un organisme de bienfaisance enregistré qui émet des reçus aux fins de l'impôt. Pour la plupart des donateurs ce n'était toutefois qu'un avantage accessoire.

Efforts infructueux

Le groupe s'était fixé un objectif de 30 000 $ pour sa campagne de financement, mais seulement le tiers de cette somme a été atteint. La campagne a été poursuivie jusqu'à l'achèvement des travaux. En plus de solliciter des entreprises locales, le consortium a adressé des demandes à des fondations privées. Ces sollicitations insistaient sur l'approche communautaire, la nouveauté du concept des « soins enrichis » et la forte incidence d'aînés à très faible revenu dans la région. Néanmoins, aucune de ces demandes n'a abouti.

Répercussions et résultats

La construction de l'établissement a été terminée au cours de l'été 1998. Ce centre fournit à 28 résidents divers services de soutien dont : une supervision 24 heures sur 24, la préparation de repas, les services de blanchisserie et l'accès à des services de santé. L'organisme n'a pas l'intention pour le moment d'agrandir l'établissement ou d'en construire un autre ailleurs.

Personne à contacter

Courrier du partenariat, février 1998
Fenton Jeffery, ERC Concepts
Tél. : (902) 853-3109

Auberge du bon temps, Sainte-Monique, Québec

Aperçu général

L'Auberge du bon temps est un centre d'hébergement pour personnes âgées, de 21 lits, situé à Sainte-Monique, près d'Alma, dans la région du Saguenay/Lac St-Jean, au Québec. Sainte-Monique, une petite ville qui ne compte pas plus de 900 habitants, a trouvé une nouvelle solution communautaire, à petite échelle, pour prendre soin de ses aînés. Avec un budget d'immobilisation de 600 000 $ seulement, la municipalité a fourni des locaux à l'intérieur de bâtiments scolaires déjà rénovés ainsi que 25 000 $. Les habitants de Sainte-Monique ont réussi, à eux seuls, à amasser 180 ,000 $, ce qui est un exploit remarquable pour une ville de 900 habitants. Une banque locale a accordé un prêt assuré par la SCHL.

L'initiative consistait à rénover et à équiper une aile d'une ancienne école et à construire une nouvelle aile. L'immeuble était déjà occupé en partie par la bibliothèque locale (qui a été déménagée au sous-sol), une pharmacie, un centre de santé communautaire et un restaurant, qui n'ont pas été touchés par la construction. Les résidents ont couvert eux-mêmes les frais d'exploitation depuis l'inauguration de l'établissement en 1992. L'organisme obtient de la municipalité une exemption d'impôt foncier d'environ 5 000 $ par an.

Intérêt pour les organismes de production de logements abordables

- Montre que, dans une petite collectivité, il est possible d'obtenir des appuis pour un projet de logements abordables considéré comme un précieux atout pour la collectivité.
- Démontre que les projets de logements abordables ont de meilleures chances d'aboutir lorsqu'on établit un juste équilibre entre l'envergure du projet et le potentiel de financement, d'une part, et les mesures à prendre pour répondre aux besoins sociaux de la collectivité, d'autre part.

Le contexte

La municipalité avait commencé à envisager cette initiative entre 1982 et 1984. Elle a constitué un comité de bénévoles en 1989. Plusieurs étapes préliminaires ont été franchies : la planification, les études de faisabilité et des réunions avec des partenaires et des membres de la collectivité. Une société a été constituée en 1990. Les travaux ont commencé au cours de l'été 1992 et l'Auberge du bon temps a ouvert ses portes au cours de l'automne de la même année. La municipalité a payé les frais de fonctionnement du comité entre 1984 et 1992.

Objectifs

L'objectif global consistait à construire un petit établissement pour les aînés de la région incapables de mener une vie autonome en créant de nouveaux emplois par la même occasion.

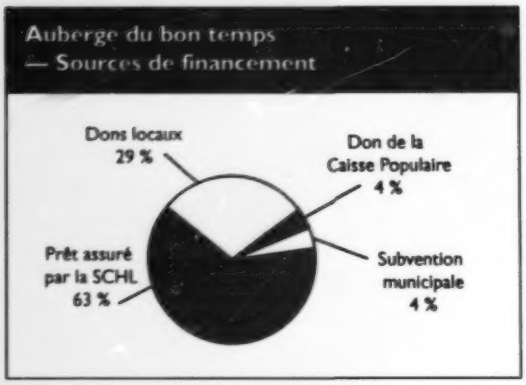
Enjeu social

Sainte-Monique est une petite localité qui compte une population vieillissante fortement désireuse de rester sur place. Cette initiative répondait à ce désir. Elle coïncidait également avec la priorité de la ville qui est : « Gardons nos gens chez nous ». Un avantage accessoire a été la création de sept à dix nouveaux emplois.

Promoteur du projet

Le comité local de bénévoles a parrainé le projet en collaboration avec le conseil municipal et la municipalité régionale.

Partenaires



Méthodologie de financement

Les fonds nécessaires au projet ont été recueillis en faisant directement appel aux résidents et aux entreprises de la région et en publiant également une annonce dans le journal local. Les organisateurs ont demandé aux particuliers et aux familles de verser 500 $ et aux entreprises locales, de verser 1 000 $. Néanmoins, comme il ne s'agissait pas d'un organisme de bienfaisance enregistré, il n'a pas été possible d'émettre des reçus aux fins de l'impôt. Seules les entreprises locales ont pu déduire leurs dons. Les particuliers pouvaient faire leurs dons sous la forme de mensualités de 10 $ payables sur 50 mois. La plupart des donateurs ont opté pour cette formule.

Soutien philanthropique

Le soutien philanthropique a revêtu principalement la forme de dons des entreprises et des particuliers.

Donateurs philanthropiques

La majeure partie du soutien philanthropique a été apportée par les entreprises et les particuliers qui ont fait des dons.

Répercussions et résultats

Cette initiative a été couronnée de succès et la liste des personnes âgées qui voudraient trouver place au centre commence à s'allonger.

Malheureusement, les planificateurs de la municipalité reconnaissent qu'ils ont seulement assez d'argent pour fournir les services essentiels à leurs aînés. Ils voudraient pouvoir mettre plus d'activités à la disposition des résidents, mais les fonds nécessaires ne sont pas disponibles.

Aucun plan d'agrandissement de cet établissement n'est prévu.

Personne à contacter

Nancy Brisson
Directrice générale
Auberge du bon temps
138, rue Honfleur
Sainte-Monique, Québec
J0W 2T0
Tél. : (418) 347-5107

Logement général

La situation des sans-abri n'a pas de quoi à réjouir le cœur, mais les bénévoles de Raising the Roof, un organisme national déterminé à lever des fonds pour la construction de logements abordables, ne peuvent s'empêcher de trouver de la satisfaction. En organisant toutes sortes d'activités spéciales, en mettant des toques sur la tête de citoyens surpris et en radiodiffusant chaque année un grand spectacle de comédie, Raising the Roof est rapidement devenu le principal champion des pauvres et des sans-abri au Canada.

Habitat pour l'humanité a une longue tradition de succès pour ce qui est de la construction de logements abordables. Cet organisme international qui travaille en collaboration avec des congrégations religieuses, les pouvoirs publics et les entreprises, a été la source de certains des modèles les plus novateurs et les plus efficaces du secteur du logement sans but lucratif pour ce qui est de la construction de logements neufs.

Le projet d'autoconstruction de logements autochtones de Vision Mondiale et le programme d'habitation North End de Winnipeg ont tous deux apporté de nouveaux espoirs et de nouvelles compétences aux collectivités auxquelles ils s'adressent. En mettant l'accent sur la formation et l'éducation en plus de la construction, il permet à des bénévoles sans emploi de se retrouver, à la fin des travaux, avec de nouvelles compétences professionnelles et la chance de poursuivre leur éducation ou de réintégrer le marché du travail.

La Fife House Foundation a ouvert ses portes deux ans après sa formation. Depuis, elle a pris de l'expansion avec l'appui des divers niveaux de gouvernement et grâce aux dons de particuliers qui lui ont permis de fournir 90 % des logements de soutien offerts aux personnes de Toronto qui sont séropositives ou atteintes du sida.

Cet organisme est devenu un modèle d'efficacité en mariant les enjeux sociaux et médicaux aux besoins de logements.

Raising the Roof, programme national

Aperçu général

Raising the Roof (RtR) est un organisme de bienfaisance national ayant pour mission de lever des fonds pour la production de logements abordables aux quatre coins du pays. Faisant appel à des stratégies publicitaires d'une grande visibilité, à des activités spéciales et à une émission de comédie radiodiffusée sur les ondes nationales, RtR se sert du rire pour normaliser le malaise que bien des gens éprouvent face à la situation des sans-abri.

En s'associant à des organismes communautaires déjà établis, Raising the Roof présente aux donateurs des objectifs concrets pour l'utilisation de leur argent et sert d'intermédiaire pour la collecte de fonds. Au cours de l'exercice 1997-1998, il a recueilli 220 000 $. Il s'attend à ce que, pour l'exercice en cours prenant fin en juin 1999, ses recettes soient deux fois plus élevées et atteignent plus de 400 000 $.

Intérêt pour les organismes de production de logements abordables

- Montre comment un organisme de bienfaisance a commencé à sensibiliser le public à la question du logement abordable, ce qui représente le premier pas pour influencer des donateurs potentiels en créant un « climat » plus propice à la collecte de fonds.
- Montre qu'en travaillant avec des organismes communautaires, il est possible de sensibiliser davantage le public local à la question du logement abordable et aux besoins de logements des sans-abri de la collectivité.
- Montre comment la participation de dirigeants communautaires en vue et de personnalités des médias ou du spectacle permet d'établir sa crédibilité et d'attirer d'autres dirigeants communautaires influents qui seront des donateurs potentiels.
- Démontre l'importance de faire preuve de créativité et d'enthousiasme pour attirer l'attention des médias et susciter l'intérêt des donateurs, qu'il s'agisse d'entreprises ou de particuliers, pour la production de logements abordables.
- Montre que les dons de services gratuits peuvent être aussi précieux que les dons en espèces.
- Montre que pour obtenir d'importants appuis pour la production de logements abordables, il faut établir des relations avec les principaux donateurs du milieu des affaires et de la collectivité et leur démontrer la valeur sociale que le projet présente pour eux.

Le contexte

Raising the Roof a été créé en 1996 en réorientant le mandat de la Canadian Non-Profit Housing Foundation (CNPHF). Le nouvel organisme a entrepris immédiatement une étude de sa capacité de financement afin d'élaborer une stratégie et un plan d'action.

Objectifs

L'objectif de Raising the Roof consiste à établir et suivre une stratégie nationale pour améliorer le sort des sans-abri. Il s'agit notamment de former des partenariats entre le secteur public, privé et sans but lucratif de façon à ce que chacun comprenne mieux le problème et s'engage davantage à le résoudre. Un plan de financement, mis en place en 1998 pour recueillir, sur cinq ans, 5 millions de dollars pour des initiatives locales aux quatre coins du pays, établissait les objectifs ci-après :

- élaborer un plan d'action;
- lancer une campagne nationale pour mieux sensibiliser le public et favoriser la formation de partenariats visant à remédier à la situation des sans-abri;
- lever et attribuer davantage de fonds à des organismes communautaires un peu partout au Canada en élargissant le projet de démonstration organisé à Toronto;
- établir un programme pour le partage des connaissances et les pratiques exemplaires concernant la situation des sans-abri et ses causes sous-jacentes.

Depuis sa création, RtR a travaillé en collaboration étroite avec cinq organismes de Toronto qui desservent les sans-abri. RtR est en train d'élargir son champ d'action à Vancouver, Calgary, Montréal et Halifax où des partenariats similaires ont été formés.

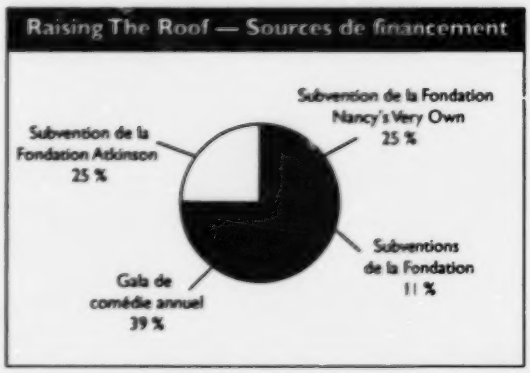
Enjeu social

En reciblant le mandat de la CNPHF, Raising the Roof a désigné la situation des sans-abri comme un problème social très prioritaire (plutôt que la question plus générale du logement abordable) qui pourrait constituer un point de ralliement pour attirer l'attention du public et lever des fonds.

Promoteur du projet

En élargissant la mission initiale de la Canadian Non-profit Housing Foundation, Raising the Roof a renouvelé son engagement à remédier à la situation des sans-abri au Canada. Le changement de nom de l'organisme était une décision stratégique qui a fait l'unanimité et a augmenté le potentiel de financement.

Partenaires



Fondations : La McConnell Family Foundation a fourni l'appui financier initial. Cet argent a permis d'engager des consultants professionnels pour analyser la faisabilité d'une campagne de financement et préparer une stratégie pour l'organisme revitalisé.

Deux autres fondations, la Fondation Atkinson et la Fondation Nancy's Very Own, se sont engagées conjointement à verser 55 000 $ sur trois ans. Cette subvention sert à couvrir les frais de fonctionnement et vise à aider l'organisme à devenir autosuffisant.

Un vaste éventail d'entreprises et de sociétés du secteur privé ont donné leur appui non financier, notamment sous la forme de services d'impression et de publicité dans les médias. Global TV a mis gratuitement ses compétences et ses ressources à la disposition de l'organisme pour mettre au point et télédiffuser des annonces, pendant un mois, en décembre 1998 (valeur de plus de 500 000 $). Global TV s'est également engagée à égaler, jusqu'à concurrence de 30 000 $, les fonds recueillis lors de la campagne de la Semaine de gala à Toronto (le maximum de 30 000 $ a été surpassé). En 1999, le Gala de comédie de Toronto (dont les recettes ont surpassé de 18 % celles de 1998) sera diffusé sur le Comedy Network dans le cadre d'une campagne de financement auprès du grand public associée à un numéro sans frais. L'organisme a recueilli près de 25 000 $ en s'adressant stratégiquement à des petites fondations privées partageant les mêmes priorités sociales.

Un groupe consultatif constitué de chefs de file du secteur financier et du spectacle, d'autres entreprises et de la collectivité a fourni des conseils et des appuis non financiers. Sa participation a également renforcé la crédibilité de l'organisme tout en lui permettant de nouer des liens importants avec le secteur privé.

Les principales contributions sont venues des dons des particuliers, des recettes des ventes de billets pour le gala et des contributions des sociétés. En 1998, RtR a obtenu l'appui de son premier commanditaire important du secteur des affaires, RBC Dominion Securities, qui s'est engagée à verser 150 000 $.

Méthodologie de financement

Comte tenu de sa raison d'être, Raising the Roof emploie des spécialistes du financement et c'est un organisme ayant une mission bien précise qui peut émettre des reçus aux fins de l'impôt.

RtR a mis au point plusieurs stratégies visant à la fois à recueillir des fonds, mais aussi, à sensibiliser davantage le grand public (et les sociétés) à la situation des sans-abri au Canada. Parmi ses principaux instrument de financement figurent :

- Comedy 'à la carte', un festival d'une semaine comportant à la fois des éléments divertissants (avec une émission spéciale télédiffusée à l'échelle nationale) et une composante éducative.
- Une campagne de sollicitation postale.
- Des annonces publicitaires de 30 secondes télédiffusées sur le réseau national (avec l'aide de Global TV) et par l'entremise de Homes Publishing Group qui a fait don d'une page entière d'espace publicitaire dans ses publications qui rejoignent la majorité des foyers.
- Contacts et réunions régulières avec des membres influents du milieu des affaires et de la collectivité.

Au cours de l'exercice 1998, l'organisme a recueilli des dons d'une valeur de près de 220 000 $. La somme dépensée pour générer ces recettes se chiffrait à un total d'environ 30 000 $. Cela comprenait le salaire du personnel administratif et contractuel qui s'est occupé de la campagne de financement et des relations publiques. Les membres du conseil d'administration et les bénévoles ont également fait don de leur temps.

Soutien philanthropique

Le soutien obtenu revêtait la forme de contributions aussi bien en espèces qu'un appui non financier offert par des entreprises et des fondations privées, de même que de nombreux particuliers.

Donateurs philanthropiques

La réputation de Raising the Roof contribue certainement dans une large mesure au succès avec lequel l'organisme obtient des dons des grandes sociétés. Ces dernières s'associent avec plaisir à une œuvre qui a la cote auprès du public.

Les particuliers et les sociétés peuvent obtenir des reçus aux fins de l'impôt étant donné que Raising the Roof est un organisme de bienfaisance enregistré; néanmoins, comme c'est généralement le cas, ce n'est pas cet incitatif fiscal qui motive le plus les donateurs.

RtR et ses partenaires travaillent en collaboration étroite pour organiser des événements publicitaires à leur avantage mutuel (p. ex., des annonces dans la presse écrite montrant Harry Rosen portant la toque RtR et l'espace publicitaire gratuit donné par Homes Publishing Group).

Efforts infructueux

Jusqu'ici, les efforts de RtR ont été couronnés de succès et les résultats sont de plus en plus positifs, mais le plus grand défi à relever consiste à naviguer au milieu des diverses priorités de partenaires de plus en plus variés. La leçon que doivent en tirer les autres organismes est qu'il faut rester centré sur ses objectifs, en se montrant souple, mais sans aller jusqu'à compromettre ses propres priorités.

Répercussions et résultats

Il faut reconnaître que les résultats de Raising the Roof sont seulement modestes lorsqu'on les mesure en dollars. Le véritable succès de cet organisme vient plutôt de ce qu'il a su mobiliser l'attention et les priorités.

RtR ne joue pas le rôle de lobbyiste auprès du gouvernement, mais cet organisme exerce une influence très importante pour rallier l'opinion publique à la cause des sans-abri. L'une de ses principales priorités des cinq prochaines années consiste à doter un fonds pour la construction de nouveaux logements abordables.

Personnes à contacter

Suzanne Gibson/Leslie Sims
Raising the Roof
Tél. : (416) 481-1838

Sources : Rapport annuel de Raising the Roof pour 1998.

Vision mondiale : Autoconstruction de logements pour les Autochtones au Manitoba et en Saskatchewan

Aperçu général

Cette initiative ne vise pas seulement à construire des logements abordables dans les collectivités septentrionales et rurales, mais également à enseigner les techniques de construction de maisons à des résidents locaux qui sont sans emploi ou sous employés. L'organisme cherche à enseigner des techniques de construction relativement simples et à utiliser les matériaux locaux dans la mesure du possible. Bien entendu, les maisons ne pourraient pas être construites sans les bénévoles qui apportent leur contribution sous forme de travail. Les logements doivent s'autofinancer une fois que le terrain et les matériaux ont été fournis. Les immeubles sont alors hypothéqués pour alimenter un fonds de prêts couvrant le coût de nouvelles constructions.

Intérêt pour les organismes de production de logements abordables

- Montre que la collectivité peut apporter son soutien sous la forme d'appui non financier et de dons de matériaux qui réduiront les coûts de construction.
- Montre que pour résoudre efficacement le problème à long terme que représente la pénurie de logements abordables adéquats, il ne suffit pas de construire. Dans la mesure du possible, il est également important de transférer le savoir et d'enseigner aux collectivités les techniques dont elles ont besoin pour construire leurs propres logements abordables.

Le contexte

En 1997, le Conseil autochtone de Vision mondiale, un organisme de bienfaisance, a lancé un programme pour réintroduire la technique de construction en « ballots de paille » dans un certain nombre de collectivités du nord de la Saskatchewan et du Manitoba. Des collectivités locales ayant une pénurie de logements ont demandé à bénéficier de ce programme et ont été incitées à participer au processus de planification.

Objectifs

Le programme de démonstration visait trois collectivités. Chacune d'elles s'est mise à construire une maison de démonstration. L'organisme les a aidées non seulement à construire les maisons dont elles avaient grand besoin, mais également à accroître les compétences locales afin que l'initiative puisse se poursuivre.

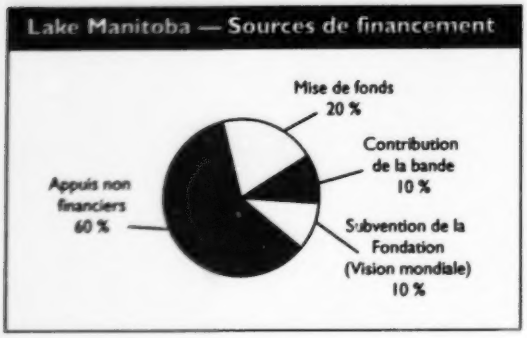
Enjeu social

Les collectivités visées subissaient les effets d'une faible économie locale, d'un chômage élevé et d'une pénurie de logements. Le projet avait pour but de fournir des emplois, de former des travailleurs et de construire de nouveaux logements abordables.

Promoteur du projet

Cette initiative a été prise par le Conseil autochtone de Vision mondiale qui a fourni du personnel pour la formation en développement communautaire et a supervisé le projet du début à la fin. L'organisme a également aidé à recruter et superviser le personnel enseignant et à coordonner l'achat de matériaux de construction.

Partenaires



Chacune des communautés a fourni le terrain. Dans le cas du projet de Lake Manitoba, la bande a fait une petite contribution en espèces. Les dons ont surtout été fournis en appuis non financiers, sous la forme de matériaux de construction dont des ballots de paille, des fenêtres et des portes, des fermes de toiture et des câbles électriques.Habitat pour l'humanité, un organisme reconnu sur la scène internationale qui fournit des logements aux personnes à faible revenu, a accepté de partager son plan d'action, son système de gestion de fonds hypothécaires ainsi que sa structure financière et administrative.

La SCHL et l'ACHRU ont accordé une subvention de 11 000 $ pour documenter le potentiel de la technique de construction en ballots de paille et mettre au point le concept d'un fonds de prêts renouvelables. Cette aide a couvert une partie de la rémunération du coordonnateur, mais sans être incluse dans les coûts d'immobilisation du projet.

Méthodologie de financement

Le financement a surtout été assuré en sollicitant un appui non financier auprès des associations de gens de métiers et des fournisseurs de matériaux de construction.

La campagne de financement a été administrée par le coordonnateur du programme. La période de réalisation de cette initiative ayant inclus deux hivers pendant lesquels les travaux ont été arrêtés à cause des conditions climatiques, ce temps a été mis à profit pour rencontrer les fournisseurs.

Soutien philanthropique

Tel qu'indiqué précédemment, la plupart des contributions philanthropiques étaient des dons en nature. Les membres de la collectivité, dont certains occuperont peut-être l'une des maisons construites, ont apporté leur contribution sous forme de travail. La municipalité ou la bande a également fourni le terrain et les services.

Donateurs philanthropiques

Les associations de gens de métiers et les fournisseurs de matériaux ont été motivés par plusieurs facteurs :

- La possibilité d'apprendre une nouvelle technique, dans ce cas la construction de maisons en « ballots de paille ».
- La collectivité s'est largement mobilisée, que ce soit au niveau des gens de métiers et des fournisseurs ou du secteur sans but lucratif.
- On s'est rendu compte que si ce projet de démonstration se révélait un succès, il permettrait à la collectivité de répondre elle-même à son besoin de logements abordables.
- La construction, sans frais à débourser, d'une première maison dont la valeur (évaluée entre 40 000 $ et 50 000 $) a été hypothéquée a fourni les fonds nécessaires pour poursuivre le programme grâce à un fonds de prêts renouvelables et la possibilité d'acheter des matériaux pour la construction de nouveaux logements.

Grâce à son statut d'organisme de bienfaisance, Vision mondiale peut émettre des reçus aux fins de l'impôt qui, dans certains cas, ont été délivrés aux fournisseurs pour leur contribution en matériaux ou en services.

Efforts infructueux

Vision mondiale a essayé, sans succès, d'obtenir du gouvernement qu'il capitalise un fonds de construction qui aurait servi à acheter des matériaux et à permettre une expansion plus rapide du programme. Après avoir manifesté un intérêt initial, le gouvernement a rejeté la demande faute d'un financement suffisant.

Répercussions et résultats

Une maison a été achevée à Lake Manitoba et elle est maintenant occupée. En raison de retards, c'est seulement le printemps dernier que la maison a été terminée à Cumberland House. À Sioux Valley, la maison a du être reconstruite après avoir été incendiée, mais elle a été incendiée une deuxième fois par des vandales. Le programme a atteint un bon nombre de ses objectifs, mais il a eu de la difficulté à soutenir son élan pour s'étendre à d'autres collectivités. La plupart de ses difficultés découlaient d'un manque de financement. D'autres maisons pourront être construites au moins au prix coûtant.

Personne à contacter

Terry Leblanc
Conseil autochtones de Vision mondiale
Tél. : (204) 729-0622

Sources : Rapport sur les Solutions-Maison

Habitat pour l'humanité Canada, Programme national

Aperçu général

Depuis 1976, Habitat pour l'humanité International a aidé des familles dans le besoin à construire et rénover plus de 80 000 maisons et cet organisme est devenu un chef de file mondial pour le logement des pauvres. La participation de l'ancien président des États-Unis, Jimmy Carter, a conféré à Habitat pour l'humanité une grande visibilité nationale et a amené le monde entier à s'intéresser à son œuvre. L'organisme a donc vu augmenter de façon spectaculaire le nombre de ses filiales.

Habitat pour l'humanité Canada (HPHC) est une filiale d'Habitat pour l'humanité international, qui a été établie en 1985 et qui a construit plus de 300 maisons au Canada. Il s'agit d'un organisme de logement sans but lucratif indépendant ayant pour mission de construire des maisons pour les familles dans le besoin.

Intérêt pour les organismes de production de logements abordables

- Montre que la participation de personnalités éminentes (dans ce cas, l'ancien président des États-Unis Jimmy Carter) peut renforcer la crédibilité et attirer d'autres dirigeants communautaires influents susceptibles d'être des donateurs potentiels.
- Illustre la valeur de la mise de fonds en travail pour produire des logements abordables (dans ce cas, les familles bénéficiaires doivent fournir 500 heures de travail pour aider à construire leur propre maison et d'autres maisons Habitat).
- Démontre l'importance d'établir des relations avec les sociétés dont les activités sont stratégiquement reliées à la question du logement abordable (fabricants et marchands de matériaux de construction) surtout pour les dons en nature.

Le contexte

Habitat construit des logements abordables et adéquats dans le cadre d'un partenariat avec des sociétés, des fondations, des organismes, des groupes religieux et des particuliers. Il a pour principe d'aider les gens à s'aider eux-mêmes. HPHC est actif par l'entremise de filiales dans 47 collectivités du pays. Les familles qui veulent se loger adressent une demande à leur section d'Habitat pour l'humanité. Un comité de bénévoles sélectionne les requérants en fonction de leur niveau de besoin, de leur désir de participer et de leur capacité à rembourser le prêt hypothécaire. Au Canada, une maison Habitat de trois chambres

coûte actuellement à son propriétaire seulement 80 000 $ en moyenne. Ce résultat est possible grâce à des dons de terrains et de matériaux de construction ainsi que des milliers d'heures de travail bénévole.

Objectifs

Habitat compte sur du travail bénévole et des dons en espèces et en matériaux de construction pour construire avec les futurs propriétaires des logements simples et décents. Les maisons sont vendues au prix coûtant aux familles et sont financées à l'aide d'un prêt hypothécaire sans intérêt.

Enjeu social

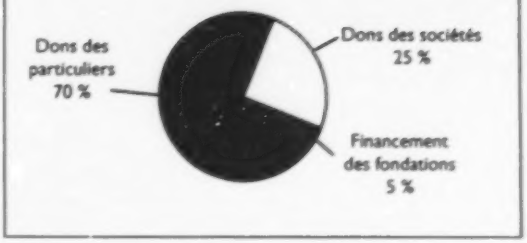
Le besoin de logements abordables et décents est une réalité bien connue au Canada. D'après les chiffres d'une récente étude des Nations Unies, environ 11 % des Canadiens vivent dans la pauvreté. Habitat veut aider ces personnes et ces familles à se procurer un logement simple, décent et abordable. Malheureusement, comme Habitat construit moins d'une centaine de maisons chaque année, le problème demeure considérable.

Promoteur du projet

Habitat pour l'humanité Canada est un organisme de bienfaisance enregistré dont le conseil d'administration national détermine la politique et dirige les activités. Les membres du conseil sont des bénévoles. Le bureau national de HPHC a un personnel administratif assisté d'un groupe de bénévoles dévoués. Un conseil bénévole local gère chaque filiale d'Habitat pour l'humanité. Les particuliers fournissent approximativement 70 % des dons en espèces, les sociétés, 25 % des dons en espèces et en nature et les fondations, 5 % des dons en espèces. Environ 90 % des revenus de HPHC servent à financer les programmes et la construction de maisons et 10 % à couvrir les frais d'administration.

Partenaires

Habitat pour l'humanité Canada — Sources de financement



Particuliers : Habitat reçoit l'aide de particuliers des quatre coins du pays qui estiment que tout le monde a droit à un logement décent. Ces personnes forment la pierre angulaire de toutes les activités d'Habitat et le noyau de ses appuis.

Sociétés et fondations : Un certain nombre de commanditaires nationaux ont joué un rôle très important dans l'expansion de HPH au Canada en apportant un appui financier permanent et des dons non financier dans le cadre de partenariats à long terme. Il s'agit de : Armstrong World Industries, BPB Westroc, Canadian Gypsum Company, Dow Chemical, The Home Depot Canada, The London Telecom Group, Imasco (et ses filiales), Petro-Canada, le Groupe Financier Banque Royale et de nombreuses autres entreprises et fondations.

Méthodologie de financement

Habitat pour l'humanité Canada entretient des relations avec ses donateurs pour le financement de ses projets de construction. Il le fait dans le cadre d'un programme de financement complet qui fait appel au marketing direct, à l'appui des sociétés et des fondations, à des commandites et à des dons par anticipation.

Les appuis dont bénéficie Habitat reflètent l'ensemble du secteur philanthropique canadien étant donné que les particuliers fournissent la majeure partie de ses 4 millions de dollars de revenus annuels tandis que les sociétés, les fondations et autres organismes apportent le reste.

Soutien philanthropique

Habitat pour l'humanité obtient des appuis dans le cadre de partenariats avec des sociétés, des fondations, des groupes confessionnels, des entreprises locales et des particuliers. Cet appui revêt la forme de dons en espèces ou en matériaux de construction, de dons de terrains et de travail bénévole. Des fonds gouvernementaux sont acceptés pour l'acquisition de terrains ou de maisons ayant besoin d'être rénovées.

Donateurs philanthropiques

Des particuliers et des gens d'affaires qui se soucient de leur prochain participent à l'action d'Habitat pour l'humanité de façon à offrir un logement sûr et décent aux familles dans le besoin. Les résultats du travail d'Habitat, qui changent la vie des gens, sont une source de fierté pour les donateurs et les bénévoles. Les sociétés et les fondations accordent leur soutien parce que les résultats de leurs contributions sont tangibles et durables. C'est pour elles l'occasion de redonner quelque chose à leur collectivité.

Répercussions et résultats

Depuis sa fondation, Habitat pour l'humanité a construit plus de 300 maisons aux quatre coins du pays. Ce programme continue de prendre de l'expansion, ses filiales construisant davantage de maisons chaque année.

Personne à contacter

M. John Mavrak
Directeur du développement et des communications
Habitat pour l'humanité Canada
40, rue Albert
Waterloo (Ontario) N2L 3S2
Tél. : (519) 885-4565

North End Housing Project, Winnipeg

Aperçu général

Cette initiative associe un programme de formation en construction, en rénovation, en connaissances de base et en alphabétisation à la construction de logements abordables. Le financement a été obtenu d'une fondation privée, de subventions de DRHC, sous les auspices de l'Accord de développement de Winnipeg et à partir de l'avoir propre représenté par les dons de terrains et de maisons. L'objectif à long terme du groupe consiste à stabiliser et revitaliser un quartier pauvre de la ville.

Intérêt pour les organismes de production de logements abordables

- Montre que dans les collectivités où la valeur des immeubles est très basse et la revente peu probable, les propriétaires peuvent être intéressés à céder leur immeuble en échange d'un reçu aux fins de l'impôt.
- Montre qu'en s'intéressant à d'autres questions sociales reliées au logement abordable, les producteurs de logements abordables peuvent être admissibles à un plus vaste éventail de subventions gouvernementales.
- Démontre que les projets de construction de logements abordables qui ont une composante de formation et d'éducation peuvent attirer des fonds publics qui ne seraient pas disponibles autrement.

Le contexte

Cette initiative vise à remédier au délabrement d'un quartier de Winnipeg caractérisé par une grande pauvreté, des propriétaires absents, la drogue et la criminalité. Elle cherche à tirer parti de la faible valeur des maisons existantes de façon à renverser le processus de dégradation.

Objectifs

L'objectif demeure de revitaliser le quartier à long terme. Le processus est mis en œuvre étape par étape. Les membres du conseil d'administration se rendent compte que, pour obtenir de bons résultats, ils doivent lancer une campagne à grande échelle. Ils envisagent cette campagne comme un partenariat entre les secteurs public, privé et bénévole.

Enjeu social

Le délabrement de la zone nord de Winnipeg peut être attribué à plusieurs facteurs dont le chômage, le taux de criminalité élevé et le faible niveau d'instruction des résidents. Ces problèmes se renforcent mutuellement et donnent naissance à d'autres problèmes dont la toxicomanie et l'alcoolisme ainsi qu'une montée de la criminalité violente. Ces problèmes sociaux s'accompagnent souvent d'un effondrement total et constant de la valeur des propriétés immobilières. Le North End Housing Project profite de cette conséquence pour reprendre les immeubles en main et commencer à les restaurer. Une fois la rénovation terminée, les maisons sont louées à des ménages à faible revenu.

Promoteur du projet

Le North End Housing Project a démarré sur l'initiative d'un organisme de développement communautaire sans but lucratif, la Community Education and Development Association (CEDA).

CEDA, qui est financée par Centraide de Winnipeg, est une agence de développement communautaire qui travaille à l'amélioration des quartiers défavorisés depuis une vingtaine d'année.

Partenaires

Fondations : La Fondation Bronfman a accordé 90 000 $ pour le budget de fonctionnement initial. Cet argent paiera le salaire d'un coordonnateur de projets pendant trois ans.

Gouvernement : Un accord tripartite entre la ville, la province et le gouvernement fédéral (par l'entremise de DRHC) (l'Accord de développement de Winnipeg) apporte un financement d'environ 230 000 $ par an pour couvrir le coût d'un programme de formation professionnelle et d'éducation.

Vendeurs : Les vendeurs de la première et de la troisième maisons ont facilité le processus d'acquisition en acceptant un reçu aux fins de l'impôt basé sur la valeur à laquelle la maison avait été évaluée plutôt qu'en exigeant un paiement en espèces.

SCHL : La Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) a fourni une assurance hypothécaire qui a permis à l'organisme d'emprunter sur la valeur des maisons données de façon à réunir des capitaux pour acheter de nouvelles maisons.

Assiniboine Credit Union : La Coopérative de crédit a accordé un financement hypothécaire sur les maisons et a augmenté le prêt pour couvrir les frais que le travail bénévole ne permet pas d'éviter.

Les résidents : Les résidents du quartier qui sont pour la plupart sans emploi et assistés sociaux participent à un programme de formation professionnelle et travaillent gratuitement à la réparation et à la rénovation des maisons.

Méthodologie de financement

Jusqu'ici, CEDA a obtenu la plupart de ses fonds de fondations caritatives privées et du gouvernement.

La possibilité de profiter du statut d'organisme de bienfaisance de CEDA en délivrant des reçus aux fins de l'impôt au lieu de paiements en espèces pour les maisons délabrées a été exploitée avec un succès limité. Quelques propriétaires ont accepté, mais cette formule n'a pas été suffisamment attrayante pour inciter d'autres propriétaires à les imiter.

L'objectif à long terme de CEDA consiste à rénover 250 maisons sur une période de cinq ans. Pour y parvenir, l'organisme désire recueillir 1 million de dollars qui s'ajouteront à 5 millions de dollars de fonds publics qui lui ont été promis et à un financement hypothécaire de 6,75 millions accordé par des institutions de prêts.

Le personnel de CEDA se charge seul de cette entreprise sans faire appel, pour le moment, à des professionnels des campagnes de financement.

Soutien philanthropique

Le projet bénéficie de deux principales formes de soutien philanthropique : la subvention de la Fondation Bronfman et le désir des propriétaires de maisons existantes d'accepter des reçus pour don de charité au lieu du paiement en espère traditionnel.

Ces deux sources de soutien ont permis de financer la phase de démonstration, mais ne suffiront pas pour élargir le projet.

Donateurs philanthropiques

La Fondation Bronfman soutient le développement communautaire local par l'entremise de son programme urbain. Elle aide à payer un coordonnateur de projets en s'attendant à ce que l'organisme et son initiative finissent par s'autofinancer.

Les vendeurs qui ont accepté des reçus pour don de charité en échange d'une maison ont su voir où était leur intérêt. Il y a peu d'acheteurs prêts à acheter une maison dans le quartier et les chances de réaliser une vente privée étaient faibles. Une offre de CEDA représentait, pour le propriétaire, une chance exceptionnelle de se défaire de l'immeuble. Le reçu aux fins de l'impôt lui permet d'éviter l'impôt sur une partie de son revenu imposable bien que la valeur réelle de ce reçu dépendra de son taux d'imposition marginal. La législation fiscale actuelle permet de déduire des dons de charité jusqu'à concurrence de 75 % du revenu net. Si la valeur à laquelle l'immeuble a été évalué est supérieure à son coût en capital non amorti, la transaction abaissera l'impôt des gains en capital du vendeur. Les biens donnés font l'objet d'un taux d'inclusion réduit des gains en capital de 37,5 %.

Efforts infructueux

Jusqu'ici, les activités de financement de CEDA ont surtout visé à obtenir des fonds pour le projet. CEDA n'a pas encore lancé de campagne de financement à grande échelle.

Répercussions et résultats

Jusqu'à présent, l'organisme a réussi à acheter et rénover 10 maisons et à dispenser une formation à 45 personnes par an. CEDA espère, à court terme, rénover 15 à 25 maisons chaque année avant de passer à son plan quinquennal. Toutefois, il ne faut pas oublier que le changement social souhaité c'est-à-dire la revitalisation du quartier grâce à des possibilités d'emploi et des logements abordables reste un objectif éloigné. Ce n'est pas à cause d'un manque de soutien philanthropique, mais simplement en raison de l'ampleur du défi à relever.

Personne à contacter

Tom Simms
Directeur général, CEDA
Tél. : (204) 947-6940

Sources : Courrier du partenariat, vol. 7, no 1.

Fife House, Toronto

Aperçu général

Fife House est une initiative qui a été entreprise par un groupe de membres de la collectivité, dirigé par Mary Anne Shaw, à la mémoire de George Fife, un avocat de la région qui a perdu sa bataille contre le sida. Elle a obtenu le statut d'organisme de bienfaisance le 10 février 1988. La première résidence, Denison, a ouvert ses portes le 1er juillet 1990. Deux autres ont suivi, Hastings en juin 1991 et Gladstone (pour femmes seulement) en novembre 1996. De plus, en juin 1996, Fife House a commencé à offrir des services de soutien aux résidents d'un immeuble de 83 appartement (Jarvis).

Fife House a pour mission de fournir un logement sûr et abordable et des services de soutien à des personnes séropositives ou atteintes du sida. Fife House fournit actuellement 90 % des logements avec services de soutien pour les résidents de Toronto séropositifs ou sidéens. Fife House est enregistré comme organisme de bienfaisance et peut émettre des reçus aux fins de l'impôt conformément aux directives de l'Agence des douanes et du revenu du Canada.

Intérêt pour les organismes de production de logements abordables

- Montre qu'il est possible d'obtenir un soutien philanthropique pour des initiatives de logements abordables qui répondent à un problème précis et s'adressent à un groupe particulier de la population.
- Montre qu'il existe des possibilités de financement pour la production de logements abordables répondant aux problèmes jugés prioritaires par les autorités locales et provinciales.
- Démontre que les donateurs philanthropiques et les organismes de financement gouvernementaux sont souvent davantage prêts à financer les activités à l'intérieur d'un ensemble de logements abordables que les coûts de construction proprement dits.

Le contexte

Fife House a quatre programmes dans le cadre desquels du personnel qualifié et des bénévoles assurent des services de soutien 24 heures sur 24. Fife House offre tout un éventail de services complets, notamment : des services de soins personnels et d'entretien ménager, de défense des droits et d'aide pour les activités de la vie quotidienne. Denison House et Hastings House offrent toutes deux un logement et des services de soutien à cinq adultes séropositifs ou sidéens. Gladstone House assure le logement et les services de soutien à des femmes dans la même situation. Les résidents d'un immeuble de 83 appartements de la rue Jarvis reçoivent seulement des services de soutien. La totalité des résidences de Fife House s'adresse à des personnes âgées de 16 ans et plus qui sont séropositives ou qui ont le sida. Ces personnes doivent être en mesure de gérer leurs finances personnelles et leurs médications, être prêtes à vivre dans un milieu coopératif et travailler à la réalisation d'objectifs personnels.

Objectifs

La Fondation a pour mission de mettre un logement et des services de soutien à la disposition des personnes qui ont contracté le VIH ou le sida. Pour faciliter cette mission, Fife House croit nécessaire de fournir non seulement des logements abordables, mais également des services et des soins qui améliorent la qualité de vie des résidents et contribuent à les rendre plus autonomes.

En pratique, cette conception des soins exige que le personnel et les bénévoles travaillent en collaboration avec les résidents et les autres fournisseurs de services de la collectivité.

Enjeu social

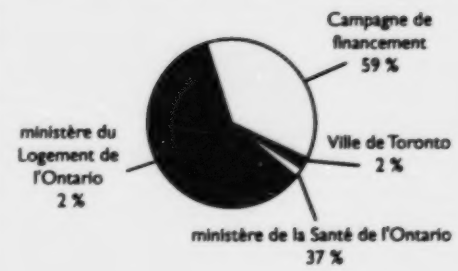
Fife House est, sans conteste, le chef de file de la production de logements abordables répondant aux besoins des personnes séropositives ou sidéennes. Avec des objectifs tellement ciblés, l'organisme est en mesure de desservir sa clientèle de façon directe et efficace. Il est également considéré comme la solution à un problème unique ce qui lui permet de cibler ses appels à la générosité et de se bâtir une solide réputation qui s'appuie sur un succès mesurable.

Promoteur du projet

Mary Anne Shaw a fondé Fife House en 1988, en l'honneur de son ami George Fife, aidée par un groupe de bénévoles dévoués. C'est grâce à ce groupe de fondateurs que Denison, le premier établissement de Fife House a ouvert ses portes en 1990.

Partenaires

Fife House — Sources de financement (1998)



Selon les états financiers vérifiés pour l'exercice 1997-1998, les sources de revenu de l'organisme comprennent le produit de ses campagnes de financement (dons, fondations, associations et activités spéciales); les subventions gouvernementales (ministère de la Santé, Bureau du sida, ministère du Logement, Municipalité); et les revenus locatifs.

Gouvernement de l'Ontario : Denison House a bénéficié d'importantes subventions du ministère du Logement. Par l'entremise de sa Direction des soins de longue durée, le ministère de la Santé a payé la majorité des services de soutien.

Ville de Toronto : La Direction des services hospitaliers de la municipalité a aidé à fournir des services de soutien.

Méthodologie de financement

Fife House recueille des fonds au moyen de sollicitations postales, d'appels directs aux sociétés et aux fondations et d'activités spéciales. Yuk Yuk's Toronto, la section locale d'une franchise nationale de comédie, a été le théâtre de la première activité-bénéfice de Fife House. Son succès a servi de modèle aux autres campagnes de financement.

Soutien philanthropique

Fife House ne précise pas quelles sont ses principales sources de soutien philanthropique.

Donateurs philanthropiques

Pour un organisme comme Fife House, les dons les plus importants sont motivés par l'expérience personnelle du donateur ou de ses liens avec la maladie. L'organisme émet des reçus aux fins de l'impôt, mais ce qui motive surtout les donateurs c'est la satisfaction d'aider les personnes dans le besoin.

Dans certains cas, Fife House remercie les donateurs dans son bulletin de nouvelles et son rapport annuel.

Répercussions et résultats

Fife House continue d'offrir des logements abordables avec services de soutien aux personnes séropositives ou atteintes du sida. L'initiative de départ a pris une plus grande envergure et Fife House examine la possibilité de mettre des logements de transition à la disposition des sans-abri qui sont séropositifs. De plus, Fife House reconnaît la nécessité d'offrir davantage de services d'extension. Un bon exemple est le projet de partenariat entre Mirmax et Fife House. Mirmax a reconnu que Fife House possédait des compétences particulières et lui a demandé de fournir des services de soutien et de soins pour une résidence dont elle est propriétaire rue Mutual, à Toronto.

Personne à contacter

Hester Fuchs
Directrice du développement
Fife House
415, rue Yonge, bureau 1801
Toronto (Ontario) M5B 2E7
Tél. : (416) 205-9878, poste 12
Téléc. : (416) 205-9919

Autres enjeux sociaux

Pour réussir à lever des fonds pour d'autres enjeux sociaux, il faut généralement que plusieurs facteurs soient réunis : une cause reconnaissable, un bonne commercialisation, une stratégie cohérente, des bénévoles dévoués et du personnel expérimenté, entre autres. Les Prix nationaux d'excellence décernés aux Autochtones, la Canadian Living Foundation et l'Initiative canadienne pour la recherche sur le cancer du sein sont des exemples d'organismes qui ont su réunir les ressources voulues, de bonnes idées et des personnes compétentes pour promouvoir avec succès leur cause respective.

Initiative canadienne pour la recherche sur le cancer du sein, Toronto

Aperçu général

L'Initiative canadienne pour la recherche sur le cancer du sein est un enjeu social qui fait l'objet d'un partenariat entre les secteurs public, privé et bénévole. En effet, les divers organismes qui s'intéressent à la recherche sur le cancer du sein se sont unis afin de regrouper les fonds dont ils disposaient pour la recherche dans le but de financer des recherches de la plus haute qualité. Au cours de ses cinq premières années d'existence, l'Initiative canadienne pour la recherche sur le cancer du sein (ICRCS) a recueilli 39 millions de dollars pour le financement de 147 projets de recherche.

Intérêt pour les organismes de production de logements abordables

- Illustre la nécessité de mieux faire comprendre au public que le logement abordable est un enjeu social important.
- Montre qu'un partenariat entre les secteurs public, privé et bénévole est une bonne façon de générer les sommes importantes nécessaires pour financer de coûteuses initiatives telles que la production de logements abordables.
- Démontre que, pour pouvoir continuer à donner de bons résultats les partenariats, doivent répondre aux besoins de tous les partenaires.
- Montre qu'en établissant un juste équilibre pour les priorités, il est possible de répondre à la fois aux besoins du milieu des affaires et à ceux des secteurs bénévole et public.

Le contexte

Avant que le cancer du sein ne soit reconnu comme un véritable enjeu social, l'appui à la recherche dans ce domaine était fragmenté. De nombreux petits organismes de recherche organisaient leurs propres campagnes. En conséquence, la contribution du milieu des affaires à cet enjeu était très minime. De plus, aucun effort coordonné n'était déployé pour la solliciter. Le financement était également fragmenté du fait que la Société canadienne du cancer avait alors pour politique de ne pas accepter de dons ou de contributions pour une recherche ciblée sur les cancers propres à certains organes (comme le colon ou le sein). À l'époque, la Société canadienne du cancer croyait que, pour préserver l'intégrité du processus de recherche, elle devait simplement répartir les fonds là où elle le jugeait nécessaire.

Objectifs

L'Initiative canadienne pour la recherche sur le cancer du sein a trois principaux objectifs :

- Financer les diverses facettes de la recherche sur le cancer de façon à favoriser la prévention, le dépistage, le diagnostic, le traitement, la réadaptation et les soins palliatifs pour le cancer du sein.
- Assurer les normes les plus élevées possible d'excellence en recherche au moyen de l'examen par les pairs.
- Former et entretenir un partenariat regroupant le milieu des affaires, les organismes sans but lucratif, le gouvernement et la collectivité de façon à générer les ressources nécessaires pour poursuivre énergiquement cette initiative et améliorer les programmes et les installations existants.

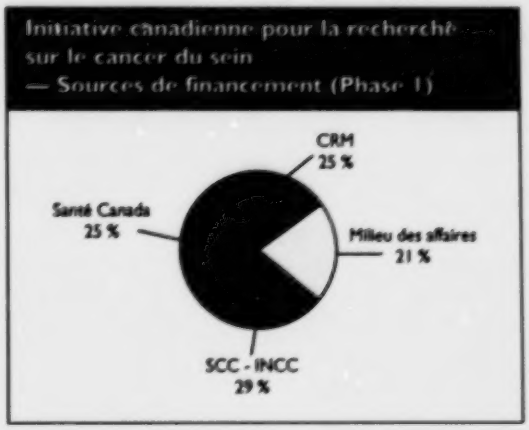
Enjeu social

Le cancer du sein est la principale cause de décès pour les femmes âgées de 35 à 55 ans. Celles qui ont vaincu ce fléau ont suscité toute une vague d'appuis qui a orienté l'attention et les ressources vers des moyens de prévenir et de guérir le cancer du sein. Les engagements financiers ambitieux du gouvernement fédéral témoignent d'une volonté politique de répondre à la demande du public qui veut que l'on fasse plus pour lutter contre cette maladie.

Promoteur du projet

Le comité philanthropique de la Banque royale recherchait une approche plus stratégique pour répartir ses fonds. La recherche sur le cancer du sein lui a été suggérée parce que c'était un domaine sous-financé qui intéressait la majorité des employés de la Banque. (Environ les trois quarts des employés de la Banque royale sont des femmes.) La Banque royale a donné un million de dollars sur deux ans. Après avoir décidé de faire de cette cause une priorité, la Banque royale a sollicité énergiquement le milieu des affaires afin de lever des fonds pour la recherche et l'information du public.

Partenaires



La Société canadienne du Cancer (SCC) : La Société canadienne du Cancer, un organisme de bienfaisance, lève des fonds pour la recherche sur le cancer ainsi que de nombreux programmes d'information et de soutien reliés au cancer. C'est le principal organisme qui appuie la recherche sur le cancer au Canada, par l'entremise de son service de recherche, l'Institut national du cancer du Canada. En 1992, la Société canadienne du Cancer a modifié sa politique et décidé d'accepter des dons pour certaines formes spécifiques de cancer afin de soutenir la recherche dans divers domaines de spécialisation.

Programme national de développement de la recherche en santé (PNDRS) : Santé Canada a mis sur pied l'Initiative pour la recherche sur le cancer du sein lorsque des femmes parlementaires ont entrepris une enquête dans le cadre du Sous-comité de la condition féminine. Le rapport de 1992 intitulé : Le cancer du sein — Questions sans réponse demandait un effort concerté pour lutter contre le cancer du sein. Santé Canada a mis en place un programme en cinq volets dont la recherche ne constituait qu'un des éléments. Cette composante a fait de Santé Canada le partenaire de l'ICRCS.

Le financement accordé par Santé Canada pour la recherche sur le cancer du sein a été versé par l'entremise d'un autre programme, le Programme national de recherche et de développement en matière de santé.

L'Institut national du cancer du Canada (INCC) : L'INCC a été désigné le siège administratif de l'Initiative canadienne pour la recherche sur le cancer du sein en raison de ses solides antécédents sur le plan de la recherche et c'est lui qui gère son financement et ses subventions.Comme il était essentiel pour l'ICRCS d'établir sa crédibilité pour ce qui est du soutien à une recherche de haute qualité, elle a fusionné son processus d'examen scientifique par les pairs avec celui de l'Institut dont la réputation d'excellence scientifique n'était plus à faire. L'Institut national du cancer a pour mission d'appuyer la recherche sur le cancer et est depuis longtemps l'organe de recherche de la Société canadienne du cancer.

Conseil de recherches médicales du Canada (CRM) : Le Conseil de recherches médicales du Canada est le principal organisme chargé de financer la recherche médicale au Canada. C'est une entité distincte de Santé Canada qui reçoit ses fonds du gouvernement fédéral. Le Conseil de recherches médicales a formé un partenariat avec l'Initiative canadienne pour la recherche sur le cancer du sein après avoir affecté une partie de son propre budget de financement de la recherche à cette initiative. Pour le Conseil de recherches médicales, l'ICRCS est un partenariat qui donne de bons résultats en complétant le budget de la recherche de façon à pouvoir soutenir davantage de recherche de haute qualité sur le cancer du sein.

Méthodologie de financement

Des consultants en campagnes de financement ont préparé une étude de faisabilité et formulé des recommandations stratégiques. Les membres du conseil d'administration étaient chargés de rechercher des organismes qui pouvaient être des donateurs potentiels et de servir de leurs contacts pour solliciter leur appui.

Soutien philanthropique

L'ICRCS a réparti 39 millions de dollars entre 147 projets de recherche sur le cancer du sein couvrant tous les aspects de la recherche y compris la prévention, le dépistage, le traitement, la recherche fondamentale en laboratoire, la qualité de vie et les services de santé ainsi que d'autres domaines spécialisés comme les thérapies non conventionnelles et les communications. Les subventions financent des chercheurs dans pratiquement chaque province du pays.

Donateurs philanthropiques

En plus du gouvernement qui a réagi face à la mobilisation des femmes canadiennes, les sociétés du secteur privé se sont rendu compte de l'importance du coût de l'assurance-santé et des frais médicaux associés au cancer du sein. Le cancer du sein est apparu comme une cause importante à soutenir du fait qu'un plus grand nombre de femmes se trouvaient sur le marché du travail. Un pourcentage important de la main-d'œuvre féminine avançait en âge et risquait donc davantage, d'après les statistiques, d'avoir le cancer du sein.

Malgré l'importance de cet enjeu, le financement de la recherche a commencé par présenter un obstacle. La décision de financer cette cause incombait à la haute direction de sociétés constituées en majorité d'hommes qui se sentaient peu touchés par le problème.

Répercussions et résultats

En conjuguant leurs efforts pour combattre le cancer du sein par l'entremise de l'Initiative canadienne pour la recherche sur le cancer du sein, le gouvernement, le secteur caritatif et le milieu des affaires ont, devant le succès de la première phase de l'Initiative (1992–1997), décidé de la prolonger pour cinq nouvelles années (1998–2003).

En 1998, l'ICRCS a été élargie de façon à inclure trois autres partenaires : le Centre international du cancer du sein, la Fondation canadienne pour le cancer du sein et le Réseau canadien du cancer du sein. Ce partenariat plus large est plus complet et permet d'obtenir un financement plus important et donc de financer plus efficacement la recherche sur le cancer du sein.

Personnes à contacter

Maaike Asselbergs/Marlyin Schneider
Société canadienne du cancer
Bureau 200
10, avenue Alcorn
Toronto (Ontario)
M4V 3B1
Tél. : (416) 961-7223
Téléc. : (416) 961-4189

Canadian Living Foundation, Programme national

Aperçu général

En 1992, après avoir pris connaissance des données recueillies pour un article sur les enfants canadiens qui ne mangeaient pas à leur faim, la direction de Canadian Living a décidé d'agir. Après avoir poussé plus loin la recherche, elle a annoncé son intention de financer un nouvel organisme national sans but lucratif qui mettrait des programmes de nutrition à la disposition des enfants. Jusqu'ici, la Canadian Living Foundation a réussi à sensibiliser le public canadien sur le problème des enfants sous-alimentés et à fournir des ressources pour aider les collectivités locales à gérer leurs propres initiatives à cet égard. La Fondation a trois divisions : le Programme de subventions pour la nutrition, les Ressources en éducation nutritionnelle et les Partenariats communautaires.

Intérêt pour les organismes de production de logements abordables

- Montre qu'un organisme national peut sensibiliser le public à un enjeu social important et accroître ainsi dans une large mesure le soutien philanthropique, le financement gouvernemental et l'appui non financier.
- Montre comment un organisme national peut apporter un appui intermédiaire (programmes, formation, infrastructure et aide au démarrage) pour faciliter le financement et la mise en place de programmes au niveau communautaire.
- Démontre que les sociétés peuvent apporter un appui important, mais que leur soutien est directement proportionnel à la mesure dans laquelle la cause correspond à leurs priorités commerciales et sociales et à l'intérêt qu'elle présente pour leur clientèle.
- Montre qu'il est utile d'obtenir un appui non financier des médias pour promouvoir une cause et remercier de leur appui les entreprises privées, les pouvoirs publics et autres donateurs.
- Montre que pour obtenir un appui important d'une société nationale, il est important de savoir quels sont ses principaux partenaires commerciaux au niveau local (détaillants, distributeurs, franchisés, etc.) et de créer des programmes et des avantages qui renforceront ces liens.

Le contexte

La Canadian Living Foundation s'est donné pour mission de faire en sorte que « chaque enfant canadien aille à l'école bien nourri et prêt à apprendre ». La Fondation soutient des groupes d'enseignants, de parents et d'administrateurs scolaires. Son rôle consiste à servir de catalyseur en montrant aux divers groupes comment mettre sur pied et gérer de bons programmes de nutrition dans leur école ou dans leur collectivité. À l'échelle nationale, le Programme de subventions pour la nutrition obtient environ 50 % du financement, les Ressources en éducation nutritionnelle et le Partenariat communautaire se partageant le reste dans une proportion d'environ 25 % chacun.

Objectifs

Le principal objectif que poursuit la Canadian Living Foundation dans le cadre de son Programme de petits déjeuners pour l'apprentissage consiste à fournir des capitaux de démarrage aux collectivités qui mettent en place de nouveaux programmes de petits déjeuners et améliorer le contenu nutritif des programmes de petits déjeuners existants.

Enjeu social

La Canadian Living Foundation est le seul organisme national dont l'attention est centrée sur la nutrition des écoliers. Elle a été constituée en 1992 pour répondre aux besoins des enfants qui ne mangent pas à leur faim.

La sous-alimentation des enfants n'est pas reliée exclusivement à la pauvreté ou aux moyens économiques des familles. De nombreux enfants vont à l'école le ventre vide pour de nombreuses raisons, dont l'absence de supervision d'un adulte aux repas, le mauvais exemple des parents et la violence familiale.

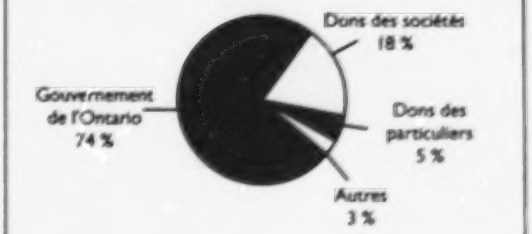
La Fondation cherche à attirer l'attention sur l'importance de la nutrition pour la capacité d'apprendre. Les enseignants savent que les enfants apprennent mieux lorsqu'ils ont mangé un petit déjeuner nutritif. Les problèmes de comportement et de discipline sont également réduits lorsque les enfants sont bien nourris.

Promoteur du projet

La Fondation a été créée par la direction de la revue Canadian Living, avec le plein appui de sa maison mère, TeleMedia Communications. TeleMedia soutient activement la Fondation en lui donnant des locaux et de l'équipement de bureau.

Partenaires

Canadian Living Foundation — Sources de revenu in Ontario



Gouvernement provincial : L'appui du gouvernement varie d'une province à l'autre. Les gouvernements du Yukon et de Terre-Neuve consacrent des fonds à des programmes de nutrition en milieu scolaire. En Ontario, le gouvernement provincial a donné à la Canadian Living Foundation 4,3 millions de dollars de fonds de démarrage en 1996 pour aider les parents et les collectivités à mettre sur pied et à élargir des programmes de nutrition pour les enfants. En 1998, le gouvernement ontarien s'est engagé à verser 2,5 millions de dollars par an pour soutenir les programmes de nutrition des enfants par l'entremise de la Canadian Living Foundation.

Milieu des affaires : Le milieu des affaires a participé à diverses activités de financement. Les commandites et les activités promotionnelles de même que les dons philanthropiques d'argent et de services ont été d'importantes composantes de la collecte de fonds. La Fondation a organisé un concours de recettes de cuisine avec Newman's Own Inc. et le périodique Canadian Living. De plus, Newman's Own, Inc. a donné à la Fondation 25 000 $ (US) provenant de ses ventes de produits au Canada.

La Fondation a organisé diverses activités promotionnelles dont la collecte de Codes universels des prix (CUP) ou des emblèmes Breakfast for Learning apparaissant sur les boîtes de divers produits alimentaires. Le fabricant faisait un don à la Fondation pour chaque emblème collectionné.

Partenariats productifs : La Canadian Living Foundation a formé des partenariats avec les gouvernements et le secteur privé pour financer des programmes de nutrition pour les écoliers canadiens. Un projet pilote a été lancé en Ontario en collaboration avec la Grocery Industry Foundation, le gouvernement de l'Ontario et la Canadian Living Foundation. L'industrie de l'alimentation de détail a fourni pour un million de dollars de produits alimentaires par année pendant trois ans pour soutenir les programmes de nutrition en milieu scolaire. En absorbant les frais de manutention et de distribution et en renonçant à sa marge bénéficiaire, l'industrie des produits alimentaires peut fournir des aliments pour les programmes de nutrition communautaires pour moins du quart de ce que cela coûterait normalement.

Autres appuis : D'autres appuis ont été obtenus de sociétés comme Imperial Oil, The Body Shop et le Groupe Financier Banque Royale. La Fondation McCain continue de soutenir les programmes de nutrition des écoliers au Nouveau-Brunswick et au Manitoba par l'entremise de la Canadian Living Foundation.

Méthodologie de financement

Là encore, les méthodes de financement varient d'une province à l'autre; néanmoins, le financement provient en majeure partie des entreprises et des fondations. La Grocery Industry Foundation a fourni pour 1 million de dollars de produits alimentaires par année pendant trois ans pour soutenir le programme de nutrition en milieu scolaire. En Ontario, le gouvernement accorde une importante subvention à la Canadian Living Foundation. En Ontario, le programme est financé à 65 % environ par le gouvernement. Les sociétés et fondations ont apporté une contribution qui a atteint jusqu'à 600 000 $. Les dons des particuliers ne représentent pas une proportion importante du financement total.

Donateurs philanthropiques

Les Canadiens tiennent beaucoup à ce que les enfants obtiennent l'alimentation nutritive dont ils ont besoin pour grandir et apprendre et il y a peu de questions qui leur tiennent autant à cœur. Le problème des enfants sous-alimentés inquiète beaucoup le grand public.Une enquête menée en 1997 par Thompson Lightstone a révélé que près de 70 % des Canadiens croient que la malnutrition des enfants est un problème plus important que l'unité nationale et le déficit. Les donateurs philanthropiques sont motivés par cet enjeu et le lien stratégique entre leur principal champ d'activité (surtout relié à l'alimentation dans le cas de Newman's Own et de la Grocery Industry Foundation) et le problème des enfants mal nourris.

Répercussions et résultats

Le programme Breakfast for Learning de la Canadian Living Foundation est un moyen efficace et qui a fait ses preuves pour offrir des programmes communautaires de nutrition pour les enfants. Il coûte seulement 85 ¢ de donner à un enfant qui a faim un petit déjeuner nutritif, 55 ¢ pour un goûter et 2 $ pour un repas de midi. Grâce à un partenariat avec le secteur public et le secteur privé, la Canadian Living Foundation a pu soutenir plus de 2 000 programmes de nutrition pour enfants aux quatre coins du pays.

La Canadian Living Foundation ne gère aucun des programmes qu'elle soutient. Elle représente simplement un moyen de promouvoir un programme national implanté à l'échelle communautaire. La contribution du gouvernement fédéral aiderait à obtenir la participation des provinces et permettrait d'étendre le programme à un plus grand nombre de villes canadiennes.

Personne à contacter

Jane Rogers
Directrice, Fund Development & Communications
Canadian Living Foundation
25, avenue Sheppard Ouest
Bureau 100
North York (Ontario)
M2N 6S7
Tél. : (416) 218-3540

Prix nationaux d'excellence décernés aux Autochtones

Aperçu général

Le programme des Prix nationaux d'excellence décernés aux Autochtones (PNEDA) a été créé par la Fondation nationale des réalisations autochtones (FNRA) en 1993. Il s'agit de prix récompensant les Autochtones qui se sont distingués par une carrière exceptionnelle dans diverses professions. Ces prix, qui sont financés par le secteur public et le secteur privé, représentent le plus haut honneur conféré par la communauté autochtone.

Ces prix ont été créés pour rehausser le sentiment de fierté de la communauté autochtone et donner des modèles à suivre aux jeunes Autochtones. Ils ont également pour effet de porter à l'attention du grand public les capacités et les aspirations des Autochtones. Ils servent à informer cet auditoire des progrès qu'il est possible de réaliser lorsqu'on a suffisamment de discipline, d'enthousiasme et de détermination pour atteindre ses objectifs.

Les membres des Premières nations ou des communautés inuites et métisses qui se sont distingués dans leur profession respective peuvent être mis en candidature. Chaque année, un jury national composé d'éminents autochtones récompense 12 personnes qui se sont distinguées dans leur carrière, plus une choisie parmi les jeunes candidats et une autre parmi les candidats plus âgés pour l'ensemble de sa vie professionnelle. Quatorze prix sont donc ainsi décernés. Les récipiendaires reçoivent leur prix lors d'une cérémonie de gala qui a lieu chaque année dans une ville différente.

La cérémonie de remise des prix est télédiffusée à l'occasion d'une émission spéciale sur le réseau anglais de la SRC.

Ce programme de prix coûte environ un million de dollars par an et il est financé à la fois par des subventions gouvernementales (300 000 $), la commandite des sociétés (450 000 $) et les ventes de billets pour la cérémonie de remise (250 000 $).

Intérêt pour les organismes de production de logements abordables

- Démontre l'utilité de rendre une question prioritaire en augmentant sa visibilité (dans ce cas, grâce à un programme de remise de prix télédiffusé sur le réseau national).
- Montre qu'en conférant une forte visibilité à une cause, on peut lui donner une valeur de commercialisation tangible aux yeux de partenaires du milieu des affaires et du gouvernement et ainsi nettement augmenter le nombre et le montant des commandites, des dons et des subventions.
- Montre que, même s'il faut du temps et de l'argent pour faire valoir une cause, les avantages qu'on peut en tirer sur le plan social et financier sont beaucoup plus importants que ce ne serait le cas autrement.

Le contexte

La Fondation nationale des réalisations autochtones (anciennement la Fondation canadienne des arts autochtones) est un organisme de bienfaisance national enregistré qui a été créé en 1985 par le chef d'orchestre et compositeur mohawk, John Kim Bell.

La Fondation, qui a entamé sa deuxième décennie, a cherché à promouvoir l'importance de l'éducation pour les jeunes Autochtones et l'inclusion des Autochtones dans la société canadienne. Elle a pour principale mission de décerner des bourses d'études à des jeunes Autochtones.

Au cours de ces 14 années d'existence, la Fondation a vu son mandat évoluer et passer des arts et de la culture autochtone aux besoins sociaux plus généraux des étudiants et de la communauté autochtone. Pour répondre à ces besoins, la Fondation a mis sur pied plusieurs nouveaux programmes dont celui des Prix nationaux d'excellence décernés aux Autochtones.

Objectifs

L'objectif social du programme PNEDA est de favoriser l'éducation et la formation des jeunes Autochtones en tant qu'exigence fondamentale pour accéder à l'emploi. Sa stratégie consiste à créer des modèles de rôles pour les jeunes Autochtones en récompensant la réussite dans le milieu autochtone. La Fondation s'est rendu compte que l'efficacité d'un programme de prix d'une envergure purement locale serait limitée. Afin de favoriser un changement de comportement à l'échelle nationale il était nécessaire de faire de la remise annuelle de ces prix l'occasion d'une émission spéciale sur le réseau de télévision national.

Enjeu social

Les Prix nationaux d'excellence décernés aux Autochtones sont conçus pour favoriser l'éducation et la formation des jeunes Autochtones en tant qu'exigence préalable à l'emploi. Ce programme vise également à contrer les stéréotypes négatifs à l'endroit des Autochtones.

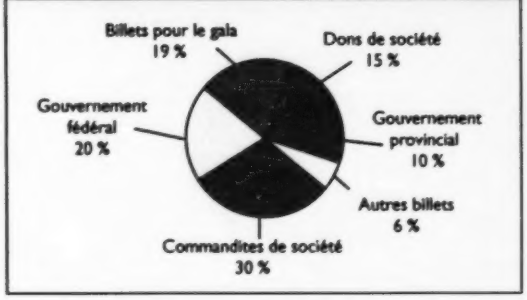
Il s'adresse donc à plusieurs clientèle cible : les jeunes Autochtones, les dirigeants de la communauté autochtone, les décideurs des entreprises de qui dépend l'embauche des Autochtones et les principaux responsables de l'appareil gouvernemental qui sont chargés de l'élaboration des politiques et de la répartition des fonds.

Promoteur du projet

Le programme des Prix nationaux d'excellence décernés aux Autochtones est une initiative de la Fondation nationale des réalisations autochtones. La Fondation est un organisme de bienfaisance enregistré et peut émettre aux donateurs des reçus aux fins de l'impôt.

Partenaires

Prix nationaux d'excellence decernes aux autochtones
— Sources de financement, 1998



Gouvernement fédéral : Le programme de Prix nationaux d'excellence décernés aux Autochtones, qui est placé sous la direction du ministère des Affaires indiennes, a reçu au total 200 000 $ des ministères fédéraux ci-après : Pêches, Agriculture, DRHC, Défense, Ressources naturelles, Justice et Santé.

Gouvernement provincial : La Colombie-Britannique, l'Alberta et le Nouveau-Brunswick sont trois provinces qui ont soutenu les PNEDA. De plus, chaque année, la province qui est l'hôte du gala accorde généralement des subventions.

Par exemple, même si la province de l'Ontario n'accorde pas de financement annuel permanent, elle a accordé une subvention en 1997 lorsque le gala de remise des prix a eu lieu au Centre Hummingbird, à Toronto.

Commandites des sociétés : Les principales sociétés qui commanditent les Prix nationaux d'excellence sont la Banque canadienne impériale de commerce (CIBC) et la Société Radio-Canada (SRC). CIBC donne un montant en espèces d'environ 200 000 $ et la SRC un appui non financier d'une valeur approximative de 100 000 $ (aide technique et annonces publicitaires à la télévision). Parmi les autres sociétés qui soutiennent le programme figurent Placer Dome North America et Amoco qui donnent chacune environ 25 000 $ en espèces ainsi qu'Air Canada dont la contribution revêt la forme de billets d'avion d'une valeur approximative de 25 000 $.

Dons des sociétés : En plus de ses commanditaires, le programme reçoit l'appui d'environ 35 membres du « Cercle d'honneur », des sociétés dont la contribution annuelle totale se chiffre aux alentours de 125 000 $.

Ventes de billets : En plus des dons des sociétés, les entreprises et les particuliers achètent des billets pour le gala et la cérémonie de remise des prix. Chaque année, le produit de ces ventes de billets varie selon l'endroit où l'événement se déroule. Néanmoins, en moyenne, la vente de 2 000 à 2 500 billets coûtant entre 25 $ et 250 $ chacun rapporte à peu près 250 000 $.

Méthodologie de financement

Le financement des Prix nationaux d'excellence décernés aux Autochtones fait appel à trois principales stratégies. Il s'agit premièrement d'inciter les commanditaires et les donateurs du milieu des affaires, les ministères et organismes gouvernementaux et les particuliers à renouveler leur appui. Deuxièmement, de nouveaux donateurs potentiels sont sollicités pour remplacer les appuis perdus chaque année et élargir la base de soutien. Troisièmement, l'organisation fait des efforts particuliers pour obtenir la contribution des sociétés et des particuliers de la ville où a lieu la cérémonie de remise des prix.

La campagne de financement se déroule de diverses façons. Le président des PNEDA, John Kim Bell, organise des rencontres en tête-à-tête avec les décideurs de tous les ministères et organismes du gouvernement, les sociétés commanditaires et les membres du Cercle d'honneur. De plus, M. Bell rencontre les décideurs des entreprises locales que cette cause pourrait intéresser.

Soutien philanthropique

L'organisme invite les sociétés à commanditer l'événement en faisant des dons en espèces ou en nature, par exemple sous la forme de conseils techniques (SRC) ou de billets d'avion (Air Canada). Les particuliers peuvent faire des dons de charité ou acheter des billets pour le gala.

Donateurs philanthropiques

La majorité des sociétés et des particuliers soutiennent cette initiative parce qu'ils croient dans l'enjeu social que représentent l'éducation et la formation. Parmi eux figurent les membres des conseils de bande autochtones et d'autres Autochtones qui ne sont pas affiliés à une bande ou une réserve.

De nombreux commanditaires et membres du Cercle d'honneur ont toutefois un double intérêt pour ce programme. D'une part, ils soutiennent clairement cette cause et respectent le travail et les résultats de l'organisme, mais d'autre part, ils ont souvent des raisons commerciales d'appuyer ce qui constitue maintenant l'événement autochtone le plus en vue du pays. Par exemple, CIBC a annoncé sa détermination à répondre aux besoins de services financiers et non financiers de tous les Autochtones du Canada. Placer Dome reconnaît l'importance des terres et des territoires traditionnels des communautés autochtones et consulte activement ces dernières dans les domaines représentant un intérêt mutuel. Les deux sociétés considèrent leur association avec les Prix nationaux d'excellence comme un moyen d'améliorer leurs relations avec les Autochtones de tout le pays.

Efforts infructueux

Les sollicitations n'ont pas toutes été fructueuses. Un grand nombre de sociétés, de fondations et de particuliers ont refusé leur appui pour diverses raisons dont un manque d'intérêt pour le programme et un manque d'argent.

Répercussions et résultats

Tel qu'indiqué ci-dessus, les Prix nationaux d'excellence décernés aux Autochtones ont été créés pour renforcer l'estime de soi et la fierté de la communauté autochtone et pour donner aux jeunes Autochtones des modèles à suivre. Au bout de six ans, le programme est devenu l'un des événements autochtones les plus en vue au Canada. Le nombre de téléspectateurs qui le suivent augmente chaque année, de même que le nombre de mises en candidature.

Personnes à contacter :

John Kim Bell
Président et fondateur
Fondation nationale des réalisations autochtones
Bureau 33A, 70, avenue Yorkville
Toronto (Ontario) M5R IB9
Tél. : (416) 926-0775

Cameron Brown
Directeur national
Services bancaires aux Autochtones
CIBC
Commerce Court West, 4e étage
Toronto (Ontario) M5L 1A2
Tél. : (416) 980-5159

Les facteurs de réussite d'une campagne de financement

Chaque projet de production de logements abordables est particulier, mais certains facteurs clés caractérisent toutes les grandes campagnes de financement réussies : la préparation de l'organisme, une bonne planification, une cause convaincante et réaliste, le leadership et l'engagement des dirigeants et des dons initiaux qui donneront l'exemple. Les petites campagnes de financement n'exigent peut-être pas tous les efforts décrits ci-dessous, mais les facteurs, les considérations et les méthodes indiqués s'appliquent aussi bien aux petites campagnes qu'aux grandes.

- **Préparation de l'organisme** — L'organisme doit être prêt à lancer une campagne tant au niveau interne qu'externe. Au niveau interne, il s'agit de voir si l'organisme a le personnel nécessaire (à plein temps ou bénévole) pour mener une campagne de financement et, dans l'affirmative, quel est son niveau d'expérience. L'organisme dispose-t-il des systèmes d'archivage requis pour garder trace des renseignements sur les donateurs? A-t-il un programme pour encourager et remercier les donateurs? Gagne-t-il ou perd-il des donateurs importants?

  Pour ce qui est de la préparation externe, le conseil d'administration chargé du projet est-il efficace? Dans quelle mesure arrive-t-il à communiquer les objectifs de l'organisme ou du projet à la collectivité? Peut-il guider l'étude de faisabilité? Des membres du conseil d'administration ont-ils été désignés pour diriger la campagne? Le conseil d'administration est-il déterminé à organiser une campagne?

- **Planification efficace.** Pour les organismes qui ne connaissent pas bien les méthodes de financement philanthropiques, la façon la plus efficace de planifier une grande campagne de financement pour la production de logements abordables serait peut-être de faire faire une étude de faisabilité ou une étude préparatoire par des consultants professionnels. Dans le cas d'une petite campagne pour laquelle on n'a peut-être pas les moyens de payer des consultants professionnels, il faudrait rechercher les conseils et l'appui de membres de la collectivité possédant une expérience dans ce domaine.

- Une étude de faisabilité ou préparatoire, que l'on peut considérer comme une étude de marché assez complexe, examine la faisabilité du projet et les mesures préliminaires à prendre pour organiser la campagne. Cette étude repose sur des entretiens personnels avec des personnes clés qui ont des liens étroits avec l'organisme ou qui peuvent contribuer généreusement à la campagne. Les entrevues menées dans le cadre de l'étude visent à recueillir des réponses aux questions ci-après :

  La cause à soutenir. Les besoins de l'organisme sont-ils bien compris? Quel est le but à poursuivre et combien est-il possible de recueillir?

  Direction de la campagne. Des dirigeants communautaires de la région ou de la localité vont-ils travailler pour l'organisme et soutenir ses efforts? Quelle est la stratégie adoptée pour la campagne et comment faut-il l'organiser?

Perspectives de financement. Les dons les plus importants dont on a besoin sont-ils disponibles actuellement? Quelle devrait être la part fournie par les particuliers, les sociétés et les fondations de la région ou de la collectivité?

Durée de la campagne. Combien de temps la campagne devrait-elle durer? Quand faudrait-il l'annoncer?

Budget de la campagne. Combien la campagne devrait-elle coûter? Quelles économies pourrait-on faire pour réduire son coût? Combien d'argent l'institution doit-elle attendre de la campagne?

Dotation en personnel. Comment faudrait-il gérer la campagne? Quel devrait être le rôle du personnel de l'organisme ou du programme? Où faudrait-il situer le bureau de campagne?

C'est seulement quand l'étude de faisabilité ou préparatoire est terminée que la planification de la campagne peut vraiment commencer. Lorsqu'on planifie une campagne, les trois éléments essentiels ci-après doivent être réunis pour former une synergie extraordinaire qui lancera la campagne :

- **La cause à soutenir doit être convaincante et réaliste** — une cause convaincante doit présenter les besoins de l'organisme de façon très persuasive. La cause la plus persuasive sera brève, claire et simple et comprendra :
  - un résumé;
  - la mission et les objectifs à long terme de l'organisme;
  - les besoins actuels de l'organisme justifiés par des faits;
  - l'objectif de la campagne menée pour répondre à ces besoins; et
  - le nombre et le niveau des dons requis; les méthodes de donation, les possibilités de dons sous diverses formes, les membres du conseil d'administration et les dirigeants de la campagne.

L'énoncé d'une cause peut être comparé à un prospectus adressé à des investisseurs, car il interprète et explique la raison d'être de la campagne au donateur potentiel et présente l'organisme du point de vue de ceux qui le soutiennent. Une cause convaincante énoncera toutes les raisons de faire une contribution importante à la campagne. Une cause est souvent plus détaillée et plus complète que les brochures d'accompagnement. C'est un document davantage utilisé pour la planification et l'adhésion que pour la sollicitation.

- **Engagement des dirigeants et du conseil d'administration** — Le succès d'une campagne exige que les dirigeants y investissent personnellement du temps et des ressources. Les membres du conseil d'administration et les dirigeants de la collectivité locale sont d'excellents candidats pour la direction d'une campagne en raison de leur engagement envers l'institution : ils ont participé à la planification à long terme, ils ont mis en lumière les besoins actuels et ils ont approuvé un objectif à la fois raisonnable et important pour la campagne. La participation des dirigeants confirme leur engagement personnel vis-à-vis du projet et incite à l'appuyer financièrement. Les bons dirigeants de campagne ont de grandes qualités personnelles : ils sont respectés dans la collectivité; ils attirent la sympathie et savent bien communiquer; leur enthousiasme leur permet de recruter et de motiver d'autres bénévoles; ils ont suffisamment de temps à consacrer à la campagne; ils ont les moyens et le désir de faire un don et ils ont la capacité de solliciter les dons de leurs pairs.

- **Dons initiaux pour le lancement de la campagne** — Les campagnes visent à recueillir des dons importants. Quelles soient grandes ou petites, les campagnes de financement sont lancées par les dons des principaux donateurs et en l'absence de dons majeurs, les campagnes ont peu de chance d'atteindre leur objectif. Les dirigeants d'une campagne partent généralement du principe qu'il faut au moins trois donateurs potentiels importants pour chaque don que l'on espère obtenir. Parmi les donateurs que l'on sollicitera figurent ceux qui seront prêts à faire les dons importants qui lanceront la campagne. La règle veut que la sollicitation se fasse du haut vers le bas et de l'intérieur vers l'extérieur. Cela veut dire que l'on commence par demander les dons les plus importants à ceux qui sont le plus près de l'organisme et que les autres sollicitations sont faites ensuite dans l'ordre, selon leur taille.

Le succès d'une campagne de financement ne consiste pas seulement à atteindre un objectif financier. La planification et la mise en œuvre d'une campagne représentent de nombreux avantages : l'organisme ou le programme deviennent mieux connus; les particuliers, les sociétés et les fondations se rapprochent davantage de l'organisme; les dons annuels peuvent augmenter et le personnel maîtrise mieux l'art de cultiver les donateurs. Célébrez ce succès et n'oubliez pas de dire « merci ».

Les étapes à franchir pour assurer le succès d'une campagne de financement

Le but de cette annexe est de résumer brièvement, par ordre chronologique, les étapes à franchir pour assurer le succès d'une campagne de financement.

1. Préparation de l'organisme

- Le conseil d'administration de l'organisme ou du programme devrait réexaminer sa composition. Une campagne de financement réussie fait généralement appel à des personnes disposant d'importants moyens financiers et à des membres influents de la collectivité. Après son examen, le conseil d'administration voudra peut-être élargir ses rangs en invitant ce genre de personnes à s'y joindre.

- Intensifiez la planification du projet. À chaque étape, faites participer le maximum de membres du conseil d'administration, de bénévoles et de donateurs importants potentiels.

- Préparez une documentation préliminaire décrivant le projet, son historique, sa raison d'être et la cause à soutenir. Insistez sur les avantages que le projet apportera à la collectivité.

- Préparez plusieurs budgets. Examinez le montant total nécessaire pour faire fonctionner l'organisme ou réaliser le projet et établissez en conséquence le montant des dons requis. Servez-vous d'un chiffrier pour étudier plusieurs scénarios. Par exemple, voyez quelles seraient les contributions requises pour couvrir la totalité du coût du projet ou examinez la possibilité, les répercussions et les ramifications du financement de divers pourcentages du coût du projet.

- Raffinez votre documentation préliminaire à partir de ce que vous aurez constaté lors de la planification budgétaire. Vous devriez maintenant avoir délimité dans les grandes lignes :

  - la cause à soutenir;
  - le plan et l'échéancier du projet;
  - un modèle financier souple;
  - vos besoins financiers provisoires;
  - vos besoins classés par ordre de priorité;
  - une bonne idée de la façon dont le projet s'intègre dans le plan à long terme global de l'organisme; et
  - une pyramide préliminaire des contributions. (Graphique indiquant de combien de dons vous avez besoin, à chaque niveau, pour réaliser la campagne. Votre personnel ou conseiller de campagne peut vous aider à construire votre pyramide.)

2. Préparation de l'infrastructure

- Vérifiez à quel point les bénévoles, les organismes consultatifs ou administratifs et les donateurs potentiels ont participé à la planification. Si certaines personnes ont été négligées, informez-les et n'épargnez aucun effort pour les faire participer.

- Constituez un comité de développement des ressources qui étudiera les principes et les méthodes de collecte de fonds. Ce comité obtiendra des conseils et travaillera avec un conseiller pour formuler votre stratégie de financement.

- Améliorez votre tenue de livres. Renforcez votre système d'information sur les levées de fonds. Si vous n'avez pas déjà de système informatique, achetez un logiciel spécial, ce qui est surtout important pour les grandes campagnes de financement. Vous avez besoin d'un système qui permette de recueillir des renseignements détaillés sur chaque donateur et donateur potentiel et aussi de comptabiliser les paiements et les sommes à verser sur les dons promis. Un système informatique capable de diviser les donateurs selon leur potentiel de dons et d'autres critères est certainement une nécessité.

- Commencez à rechercher les donateurs potentiels. Mettez l'accent sur quatre facteurs clés :

    - les intérêts du donateur potentiel;
    - les relations entre le donateur potentiel et votre projet;
    - la capacité de donner du donateur potentiel;
    - le réseau d'associés du donateur potentiel.

- Veillez à consigner ces renseignements par écrit. Vous devriez alors commencer à déterminer le montant à demander à certains donateurs.

- Organisez des séances d'information pour les principaux organismes bénévoles, consultatifs et administratifs au sujet des principes et méthodes de levée de fonds. Profitez de l'occasion pour souligner l'importance d'obtenir des personnes associées de près au projet des dons qui lanceront la campagne.

3. Étude de planification du marché

- Pour les campagnes importantes, confiez votre étude de planification du marché à un consultant après avoir négocié ses honoraires et les conditions. Pour les campagnes moins importantes, obtenez les conseils, le soutien et la rétroaction de personnes de la localité qui ont une expérience des collectes de fonds dans la collectivité.

- Cette étude vous apportera également les avantages suivants :

    - vous pouvez établir vos plans en tenant compte d'objectifs financiers rationnels. l'étude vérifiera la validité de vos prévisions concernant les contributions requises;
    - vous obtiendrez de précieux renseignements sur l'idée que la collectivité se fait de votre organisme;
    - l'étude permettra d'identifier des dirigeants bénévoles potentiels ayant les contacts requis pour assurer le succès de la campagne;
    - vous identifierez d'importants donateurs potentiels;
    - ces dirigeants et donateurs potentiels connaîtront davantage vos programmes, vos aspirations et la nécessité d'entreprendre votre projet d'immobilisation; et
    - vous pourrez positionner vos ressources internes et externes de façon à relever le défi que représente une grande campagne de financement.

- Préparez un résumé de votre cause ainsi qu'une « pyramide des dons » indiquant le nombre et le montant des dons requis pour que la campagne soit couronnée de succès.

- Pour les grandes campagnes de financement, l'étude de planification est centrée sur une série d'entretiens confidentiels entre les représentants du cabinet de consultants et des donateurs potentiels ainsi que des bénévoles possédant des moyens financiers et de l'influence. Le caractère confidentiel de ces entretiens permet aux personnes sollicitées de s'exprimer en toute franchise et de participer au maximum au processus de planification. Un résumé de l'énoncé de la cause leur est envoyé avant l'entrevue. Pour les campagnes moins importantes, il faudra également procéder à ces entrevues pour déterminer l'intérêt des donateurs potentiels pour le projet.

- Pour les grandes campagnes, votre consultant examinera les conclusions de l'étude et préparera des recommandations quant à l'objectif de la campagne, les stratégies à suivre, le moment à choisir, le leadership bénévole, la cause à présenter ainsi que d'autres recommandations tenant compte de votre situation particulière. Pour les petites campagnes, le conseil d'administration chargé du projet devrait examiner et évaluer les résultats de l'étude et ses répercussions sur les initiatives de financement potentielles.

4. Préparation de la campagne

NOTA : Vos stratégies, les activités à entreprendre et le moment choisi seront en grande partie déterminées par votre personnel professionnel ou votre conseiller en campagne de financement.

- Intensifiez votre recherche de donateurs potentiels et votre évaluation de leur capacité de don (déterminer le montant à demander à certains donateurs). C'est la prolongation du processus entamé avant les entrevues.

- Recrutez les dirigeants de la campagne.

- Mettez la dernière main à l'objectif de la campagne et aux plans d'immobilisation. Entendez-vous sur un budget et un modèle financier.

- Révisez l'énoncé de la cause.

- Élaborez des stratégies, des plans et des échéanciers. Il faut commencer par solliciter en premier l'appui des personnes les plus proches du projet ou capables de faire des dons importants.

- Adoptez les lignes de conduite et les méthodes qui régiront la campagne.

- Raffinez votre pyramide des dons en veillant à faire des suggestions de dons correspondant aux divers niveaux.

- Raffinez votre recherche de donateurs potentiels afin que ces derniers correspondent avec les possibilités de dons qui leur conviennent.

- Planifiez vos activités de commercialisations, de relations publiques et de remerciements en suivant l'ordre chronologique du processus de sollicitation.

- Produisez des brochures et autre matériel visuel.

5. Mise en œuvre et sollicitation

- Adaptez le matériel de sollicitation et mettez au point des stratégies personnalisées pour cultiver et solliciter les donateurs.

- Encore une fois, soulignez l'importance de procéder dans l'ordre aux sollicitations et aux entretiens face-à-face.

- Préparez-vous à solliciter les principaux dons au cours de la « phase tranquille » de la campagne.

- Affectation des solliciteurs — confiez aux meilleurs solliciteurs les contacts avec les principaux donateurs potentiels. Entendez-vous sur le montant à demander.

- Orientation et formation des solliciteurs.

- Commencez la sollicitation par le conseil d'administration, le personnel et les donateurs qui lanceront la campagne.

- Une fois la « phase tranquille » terminée, vous pouvez vous attendre à ce que les dix principaux dons équivalent au moins à 33 % de votre objectif. Il peut arriver qu'un ou deux dons extrêmement importants augmentent ce pourcentage.

- Lorsque vous avez réuni ainsi environ 50 % de votre objectif, vous pouvez passer à votre campagne publique.

- Sollicitez le deuxième et le troisième tiers des dons.

- Terminez votre campagne par un appel général. Donnez à chaque donateur potentiel la possibilité de participer. (C'est la seule phase de la campagne pour laquelle vous pourriez utiliser la poste et le téléphone. Toutes les autres sollicitations se font en personne.)

Les dons par anticipation au Canada

Avec le vieillissement de la population, de plus en plus de Canadiens se demandent ce qu'ils vont laisser derrière eux. De nombreux organismes de bienfaisance considèrent donc les dons par anticipation comme la source la plus importante de financement encore inexploitée. Les dons par anticipation ont également pris beaucoup d'importance pour les banques et les maisons de placement du pays.

Qu'est-ce qu'un don par anticipation?

Le don par anticipation permet au donateur d'atteindre ses objectifs philanthropiques tout en réalisant ses objectifs fiscaux et financiers. De façon générale, *tout don important que l'on fait en tenant compte à la fois de son utilité pour l'organisme de bienfaisance et de ses répercussions financières pour le donateur et sa famille est un don par anticipation.* La plupart des dons par anticipation sont différés quoiqu'un grand nombre d'entre eux sont immédiats. Autrement dit, un don important qui répond à un besoin actuel et qui se compose de titres ou de biens immobiliers, qui est structuré et fait à un moment donné de façon à limiter l'impôt sur les gains en capital et à se prévaloir pleinement du crédit d'impôt est un don par anticipation.

Les dons par anticipation et les tendances démographiques

À l'heure actuelle, seulement un Canadien sur huit est âgé de plus de 65 ans, mais cette proportion passera à environ sur cinq d'ici 2050. Selon les estimations, jusqu'à 4 billions de dollars passeront d'une génération à l'autre au cours des 45 prochaines années, dont la moitié de cette somme d'ici 2015. En fait, ce transfert de richesse a déjà commencé et se poursuivra jusqu'au prochain siècle, même si ce ne sera pas à un taux constant[24].

Par exemple, les gens nés dans les années 1920 et avant ont fait, ces dernières années, les legs à des organismes de bienfaisance. Néanmoins, compte tenu de la baisse du taux de natalité au Canada dans les années 1930 et au début des années 1940, le transfert futur de la richesse ralentira, mais il augmentera de façon spectaculaire lorsque la génération de l'après-guerre arrivera à la fin de sa vie.

Un autre facteur qui favorise les dons par anticipation chez les « baby-boomers » est qu'ils ont moins d'enfants que la famille moyenne des générations précédentes, ce qui permet à un bon nombre d'entre eux de léguer une plus grande partie de leur richesse à des organismes de bienfaisance.

Quel genre d'organismes devraient avoir un programme de dons par anticipation?

La plupart des organismes de bienfaisance devraient inciter le public à donner des titres, des legs, des polices d'assurance-vie et autres dons exigeant peu d'administration ou de gestion, mais tous ne sont pas en mesure de passer à l'étape suivante en mettant sur pied un programme officiel de dons par anticipation. Les organismes qui remplissent les critères ci-après sont les mieux placés pour établir ce genre de programme.

Les organismes qui sont bien établis et considérés comme ayant un avenir à long terme — La plupart des hôpitaux et des universités ont une grande visibilité et sont liés à leurs donateurs par des liens historiques. Les organismes artistiques, sociaux ou confessionnels qui existent depuis des décennies répondent également à ce critère. Toutefois, les nouvelles organisations caritatives créées pour répondre à un besoin plus temporaire auraient sans doute de la difficulté à attirer des dons par anticipation. En ce qui concerne le logement abordable, les organismes les mieux placés sont ceux qui sont établis de longue date tels que les fondations communautaires plutôt de création récente[25].

Les organismes qui ont des liens avec au moins 1 000 personnes âgées de plus de 50 ans — Les universités établies avant 1960 auront probablement d'anciens élèves âgés de plus de 50 ans. Les hôpitaux ont également de nombreux anciens patients de ce groupe d'âge.

Les groupes œuvrant dans le domaine des arts tels que les orchestres symphoniques peuvent avoir une nombreuse clientèle âgée de 50 ans et plus. Néanmoins, les collèges communautaires dont la plupart ont été ouverts à la fin des années 1960 et au début des années 1970 n'ont pas de clientèle âgée et doivent donc s'adresser à un marché plus large.

Les organismes dont les donateurs ont donné au moins 100 $ au cours de la dernière année — Les dons de la clientèle reflètent la fidélité envers l'organisme et les dons élevés reflètent la capacité de donner. Certaines personnes qui donnent peu au cours de leur vie active font souvent des legs importants à des organismes de bienfaisance bien que la majorité des dons importants viennent de gens qui ont soutenu régulièrement et généreusement l'organisme au fil des ans.

Les organismes qui réussissent le mieux à investir en vue d'un rendement futur — Entre le moment où un organisme reçoit une promesse de don par anticipation et le moment où il en prend possession, il s'écoule environ 15 ans en moyenne. Par conséquent, certains dons importants immédiats rapporteront des revenus dans deux ou trois ans, mais la plupart des dons différés ne rapporteront généralement pas des sommes importantes avant cinq ou six ans.

Les organismes dont le conseil d'administration est prêt à donner son temps, son argent, une formation et des dons par anticipation pour donner l'exemple — L'exemple donné est généralement plus important que le montant ou le genre du don. Lorsque ceux qui participent activement à la gestion d'un organisme de bienfaisance donnent l'exemple en faisant des dons par anticipation, le public suit plus facilement leur exemple.

Les organismes qui remplissent la totalité ou la plupart des critères susmentionnés sont sans doute prêts à établir un programme officiel de dons par anticipation. Les autres peuvent quand même augmenter leurs activités à cet égard et chercher à obtenir des legs. Comme la plupart des gens sont davantage en mesure de faire un don à leur décès que pendant leur vie, les legs rapportent plus d'argent que toutes les autres méthodes de donation différée prises ensemble.

Les dons par anticipation et la planification de la succession — Possibilités de partenariats

Les dons par anticipation, qui représentent un élément important de la planification d'une succession, retiennent de plus en plus l'attention des institutions financières, y compris les banques et les sociétés de placements collectifs, ainsi que des professionnels de la planification des successions et de la planification financière. De plus en plus de planificateurs financiers proposent des ateliers sur le sujet et écrivent des articles et des livres sur la planification de la succession. Plusieurs d'entre eux offrent également leurs services à des organismes de bienfaisance et aident leurs clients à prévoir des dons par anticipation. Ce phénomène a des répercussions évidentes pour les organismes de bienfaisance qui souhaitent construire des logements abordables ou qui le font déjà en association avec des entreprises, etc. Ils doivent également établir des relations avec d'importantes institutions financières ou avec des planificateurs financiers de façon à atteindre leurs propres objectifs et ceux de leurs clients, c'est-à-dire les personnes qui font des dons par anticipation[36].

Tendances concernant les dons par anticipation

Une enquête que la Canadian Association of Gift Planners (CAGP) a menée en 1993 a révélé que 58 % des organismes sans but lucratif du Canada avaient récemment établi

des programmes de dons par anticipation et qu'à peu près la moitié des 42 % comptaient le faire d'ici un an. De plus, 84 % des planificateurs de dons travaillent dans ce domaine depuis quatre ans ou moins et le quart d'entre eux comptent moins d'une année d'expérience.

Qu'une institution donnée décide ou non de mettre sur pied un programme de dons par anticipation, les tendances ci-après sont indéniables au Canada et ont des répercussions évidentes sur le soutien caritatif au logement abordable. De nombreux organismes de bienfaisance, surtout ceux qui cherchent à obtenir des dotations, mettent sur pied des programmes de dons par anticipation afin d'élargir leur marché. Un bon nombre d'entreprises offrent des publications et des services de consultation sur les dons par anticipation. Il est déjà possible d'obtenir des publications sur le sujet auprès des banques, des compagnies d'assurance et des avocats, entre autres. D'autres publications grand public comme Maclean's ont récemment publié des articles sur la planification de succession.

En étant mieux informés des diverses façons de donner, les Canadiens seront davantage portés à faire des dons par anticipation pour soutenir des œuvres de bienfaisance et les causes qu'elles défendent. Les organismes désireux de promouvoir les dons par anticipation pour la construction de logements abordables peuvent profiter de cette conscientisation.

Les avocats, les comptables et les consultants en services financiers participeront de plus en plus à la planification des successions. Un bon nombre d'entre eux siègent déjà au conseil d'administration d'organismes caritatifs. En participant plus directement à la préparation de dons par anticipation, ils seront mieux en mesure d'aider les organismes de bienfaisance, y compris ceux qui sont les mieux placés pour s'associer à des promoteurs et à des entreprises pour produire de nouveaux logements abordables et des services accessoires.

Les dons par anticipation au Québec — Dispositions fiscales particulières

Le Québec se repose sur l'Agence des douanes et du revenu pour l'enregistrement de ses organismes de bienfaisance et suit généralement les règles fédérales régissant les dons de charité, mais il a certaines règles qui le distinguent des autres provinces. Lorsqu'on cible les donateurs du Québec, il est important de connaître les dispositions de la fiscalité québécoise concernant les dons de charité[27]. Nous résumons très brièvement ci-dessous certaines différences.

Taux d'imposition et crédits d'impôt

Le Québec a son propre régime fiscal et exige que ses résidents produisent une déclaration de revenu au Québec en plus de la déclaration fédérale. Les résidents du Québec, qui obtiennent un abattement d'impôt égal à 16,5 % du taux fédéral de base, sont assujettis à un taux d'imposition fédéral maximum plus bas que les résidents des autres provinces. En pratique, le taux d'imposition fédéral maximum des contribuables de toutes les provinces, sauf le Québec, y compris les surtaxes applicables, est de 31,3 %; pour les résidents du Québec, il est de 25,5 %.

Crédits d'impôt pour dons de charité

Dans toutes les provinces, sauf le Québec, le crédit d'impôt pour dons de charité accordé aux contribuables à revenu élevé correspond au taux d'imposition fédéral et provincial maximum combiné. Il n'y a toutefois pas d'équivalence entre le crédit d'impôt fédéral et le crédit d'impôt québécois. Pour ce qui est de la déclaration de revenu fédérale, le crédit d'impôt pour dons de charité peut dépasser le taux d'imposition fédéral. Au Québec, il peut être inférieur au taux d'imposition québécois.

Dons de titres cotés en bourse

Le budget fédéral de 1997 a réduit de moitié le montant des gains imposables lorsque des titres cotés en bourse (actions, obligations, options transigées dans une bourse approuvée et fonds mutuels) sont donnés à un organisme de bienfaisance autre qu'une fondation privée ou à la Couronne. Le Québec n'a pas encore suivi l'exemple du gouvernement fédéral en accordant cet incitatif spécial pour les dons de titres cotés en bourse.

Les dons par anticipation et leur intérêt pour les organismes de production de logements abordables

Il y a deux principales choses à mentionner en ce qui concerne les dons par anticipation et l'intérêt qu'ils présentent pour les organismes de production de logements abordables. Premièrement, l'importance des dons par anticipation et la possibilité pour les donateurs de faire des dons immobiliers font de cette formule une option très attrayante pour le financement de logements abordables. Deuxièmement, ce type de dons présente un certain nombre de défis pour les producteurs de logements abordables. Ces défis sont les suivants :

Statut d'organisme de bienfaisance — La plupart des personnes qui font un don par anticipation le font non seulement pour soutenir une cause, mais pour obtenir certains avantages fiscaux. Cela veut dire que les dons par anticipation sont faits exclusivement au profit d'organismes sans but lucratif qui sont des organismes de bienfaisance enregistrés.

Relations avec le donateur — Les personnes qui soutiennent les organismes de bienfaisance en leur faisant un don dans leur testament ont généralement appuyé régulièrement ces mêmes organismes au fil des ans.

Cela limite les possibilités pour de nombreux organismes de production de logements abordables qui n'ont pas eu l'occasion de louer des relations avec les personnes en mesure de faire des dons par anticipation.

Moment du don — De nombreux dons par anticipation sont différés jusqu'au décès du donateur. Cela présente des inconvénients évidents pour les organismes de production de logements abordables qui voient un besoin immédiat de construire des logements abordables dans leur collectivité.

Pour les organismes de bienfaisance comme les établissements d'enseignement, les fournisseurs de services sociaux et les institutions religieuses qui ont des relations de longue date avec une clientèle vieillissante, les dons par anticipation représentent une façon très intéressante de recueillir des fonds pour le logement abordable.

Résumé

Comme nous venons de le voir, les circonstances sont favorables aux dons par anticipation, au Canada, comte tenu des tendances démographiques et du transfert de la richesse d'une génération à l'autre. Les dons par anticipation commencent à faire partie intégrante de la planification des successions et représentent souvent une option pour les contribuables qui auront de lourds impôts à payer à leur décès. Les changements législatifs récemment annoncés dans les budgets fédéraux de 1996 et 1997 favorisent davantage les dons par anticipation.

Toutefois, les dons par anticipation ne conviennent pas à tous les organismes. Cette formule s'applique surtout aux grands organismes de bienfaisance établis de longue date dont la viabilité à long terme semble assurée et dont l'utilité est perçue par leur collectivité respective.

Les dons par anticipation augmentent la possibilité de faire des dons importants en espèce ou en biens immobiliers, ce qui répond particulièrement bien aux importants besoins en capitaux des projets de production de logements abordables entrepris par les organismes de bienfaisance.

Les fondations communautaires du Canada

Mission :

Augmenter la qualité de la vie et la vitalité des collectivités canadiennes en soutenant les fondations communautaires sur le plan du financement, des subventions et du leadership.

Objectifs stratégiques :

- soutenir les fondations communautaires membres;
- promouvoir le mouvement des fondations communautaires;
- faire preuve de leadership philanthropique au Canada; et
- consolider l'efficacité des fondations communautaires du Canada.

Fondations communautaires locales

Territoires

Yellowknife Community Foundation

Colombie-Britannique

Abbotsford Foundation
Alberni Valley Community Foundation
Bulkey Valley Foundation
Central Okanagan
Comox Valley Community Foundation
Coquitlam Foundation
Kamloops Foundation
Kent Harrison Foundation
Maple Ridge Community Foundation
Mission Foundation
Nanaimo Community Foundation
North Shore Charitable Foundation
Parksville/Qualicum Community Foundation
Phoenix Foundation of the Boundary Communities
Prince George Community Foundation
Revelstoke Community Foundation
Richmond Foundation
Salt Spring Island Foundation
Shuswap Community Foundation
Community Foundation of the South Okanagan (formerly Penticton & District Foundation)
Surrey Foundation
Vancouver Foundation
Vernon & District Foundation
Victoria Foundation
West Vancouver Foundation

Alberta

Calgary Foundation
Greater Camrose Community Foundation
Drayton Valley Community Foundation
Edmonton Community Foundation
Community Foundation of Greater Grande Prairie
Lethbridge Community Foundation
Mayerthorpe Area Community Foundation
Medicine Hat Community Foundation
Red Deer & District Community Foundation

Saskatchewan

Saskatoon Foundation
South Saskatchewan Community Foundation

Manitoba

Altona Community Foundation Inc.
Beautiful Plains Community Foundation
Boissenvain & Morton Foundation Inc.
Brandon Area Foundation
Brokenhead River Community Foundation
Carman Area Foundation
Cartwright and Area Foundation
Dauphin & District Community Foundation
Glenboro Area Foundation Inc.
Interlake Community Foundation
Killarney Foundation Inc.
Morden Area Foundation Inc.
North Norfolk-MacGregor Foundation Inc.
Northern Neighbours Foundation Inc.
Pilot Mound & District Foundation Inc.
Portage & District Foundation Inc.
Selkirk & District Community Foundation

Souris & Glenwood Foundation
Southwest Manitoba Regional Foundation
Thompson Community Foundation
Virden Area Foundation Inc.
Westshore Community Foundation
Winkler Foundation
Winnipeg Foundation

Ontario

Aylmer Area Community Foundation
Brantford Community Foundation
Burlington Community Foundation
Cambridge Community Foundation
Chatham Kent Community Foundation
Community Foundation of Durham Region
Guelph Community Foundation
Hamilton Community Foundation
Community Foundation of Greater Kingston
The Kitchener and Waterloo Community Foundation
London Community Foundation
Napanee District Charitable Foundation
Community Foundation of Oakville
Community Foundation of Orillia & Area
Community Foundation of Ottawa-Carleton
Owen Sound & Area Community Foundation
Sarnia Foundation
Town of Simcoe Foundation
Sudbury Community Foundation
Thunder Bay Foundation
Toronto Community Foundation
Tri-Town Foundation
Greater Windsor Community Foundation

Québec

Fondation Communautaire du Grand Québec

Atlantic Provinces

Fundy Community Foundation
Community Foundation of Greater Moncton
Halifax Foundation
Community Foundation of Prince Edward Island
Saint-John Foundation

Bibliographie

The Association of Canadian Foundations. 1995. *Foundation Forum '95 Final Report.*

BC hydro. 1997. *Corporate Donations Review.*

Belford, Terrence, 1997. "Altruism and immortality: While the reasons vary, more and more Canadians are becoming charitable givers." *The Financial Post.*

Centre canadien du partenariat public-privé dans l'habitation. 1998.
Site Web (www.cmhc-schl.gc.ca/ccppph/en/index/html)

Société canadienne d'hypothèques et de logement. Site Web (www.cmhc-schl.gc.ca).

___. 1990. *Corporate Sponsorship of Housing.* Fallis, George.

___. 1998. *Courrier du partenariat.* 7(2).

___. 1998. *Courrier du partenariat.* 7(3).

___. 1999. *Guide des partenariats du logement abordable.*

___. 1999. *The Role of Public-Private Partnerships in Producing Affordable Housing: Assessment of the U.S. Experience in Canada.*

Centre canadien de philanthropie. 1994. Sharpe, David. A Portrait of Canada's Charities: The Size, Scope and Financing of Registered Charities.

___. 1995. *Research Bulletin.* (Vol. 2, No. 1. February).

___. 1995. *Research Bulletin.* (Vol. 2, No. 4. October).

___. 1995. *Research Bulletin.* (Vol. 2, No. 5. December).

___. 1996. *Research Bulletin.* (Vol. 3, No. 4. Fall).

___. 1997. *Research Bulletin.* (Vol. 4, No. 4. Fall).

___. 1996. *Creating Effective Partnerships with Business: A Guide for Charities and Nonprofits in Canada.*

___. 1996. *Canadian Directory to Foundations & Grants, 1996/97.* 12th Edition. Rose van Rotterdam (ed.).

___.1996. Hall, Michael H. *Charitable Fundraising in Canada.*

___. 1997. *Issue Alert Re: Today's Federal Budget.*

—. 1998. *More Than Charity: A New Agenda for Canadian Corporate Citizenship.*

Canadian Association of Gift Planners – 1993 Survey.

Certified General Accountants Association of Ontario. 1998. *Personal Tax Planning 1998/99.*

Charity Village. 1998.Web Site (www.charityvillage.com).

Cherniavsky, Ben, Hogg, Roy et Scharf, Kimberley. 1997. "Tax Incentives for Charities in Canada." CPRN Working Paper (3). 11-24.

Clayton Research Associates Limited. 1998. *The Impact of Inheritances on the Housing and Mortgage Markets in Canada Over the Next 10 Years.*

Couey, Anna, 1998. "Fundraising Over the Internet: Raising Money and Awareness in the Digital Age." *Microtimes.* 1-4. (www.microtimes.com/158/fundraising.html)

Deloitte & Touche. 1997. *Canadian Guide to Personal Financial Management.*

Dreier, Peter. 1997. "Philanthropy and the Housing Crisis: The Dilemmas of Private Charity and Public Policy," *Housing Policy Debate.* 8(1): 235-293.

Fisher, M. et Lohin, R. 1997. "Beyond Survival: Homelessness in Metro Toronto." *United Way of Greater Toronto Discussion Paper.* United Way of Greater Toronto.

Foster, E. Sandra. 1998. *You Can't Take it With You: The Common-Sense Guide to Estate Planning For Canadians.* (Second Edition).

Geier, Thom. 1997. "The Philanthropist Next Door: Average Americans, not the super rich, are the real givers," *U.S. News & World Report.* 68-70.

Hall, Michael H. et Reed, Paul B. 1998. "Shifting the burden: how much can government download to the non profit sector?" *Canadian Public Administration.* 41(1): 1-20.

Institut des fonds d'investissement du Canada. 1998. Site Web (www.mutualfunds.com/ific)

Lagarde, Francois. 1998 Le Marketing Social et Les Communications. Association des professionnels en gestion philanthropique.

Lampert, Greg, Pomeroy, Steve, Sheehan, Robert et Wallace, James, 1998. Regis J. Sheehan and Associates. The Role of Public Private Partnerships in Producing Affordable Housing: Assessment of the U.S. Experience and Lessons for Canada. (CMHC).

Manifest Communications Inc. 1997. *Social Marketing for Business.*

McKay, Shona, 1998. "The Charity Case: In this day and age, it's hard to give a helping hand," *The Financial Post Magazine.* 42-50.

McQueen, Rod. 1996. "Charities: A Special Report – Canadians Tightfisted Donors." *The Financial Post.*

Ministère de l'Industrie. 1998. « Canadiens dévoués, Canadiens engagés, *points saillants de l'Enquête nationale de 1997 sur le don, le bénévolat et la participation* ».

Minton, Frank et Somers, Lorna. 1997. Planned Giving for Canadians: A Guide to Instituting and Managing a Successful Planned Giving Programme. (Second Edition).

Table ronde sur la transparence et la saine gestion dans le secteur bénévole. 1998. *Aider les Canadiens à aider d'autres Canadiens : Pour une meilleure gestion et transparence au sein du secteur bénévole.*

Pomeroy, Steve. 1998. *"Housing Policy Update Canada."* Tri-country Conference on Housing and Urban Issues. Agence des douanes et du revenu du Canada. 1995.

Recer Dan J. Dr. (Executive Editor). 1998. *Planned Giving Web Letter*. RecerCompanies. (www.recer.com/news/).

Agence des douanes et du revenu du Canada, 1995. Circulaire d'information no 80-10R.

___. 1997. Publication P113(E) – *Les dons et l'impôt.*

___. Bulletin d'interprétation. (IT-87R) 1986. *Revenu des titulaires de polices d'asurance-vie provenant de ces mêmes polices.*

___. Bulletin d'interprétation. (IT-297R2) 1990. *Dons en nature à une œuvre de charité et autres.*

___. Bulletin d'interprétation. (IT-244R2) 1991. *Dons par les particuliers de polices d'assurance-vie comme dons de charité.*

___. Bulletin d'interprétation. (IT-226R) 1991. *Don à un organisme de charité d'une participation résiduelle dans un bien immeuble ou d'une participation au capital d'une fiducie.*

___. Bulletin d'interprétation. (IT-111R2). 1995. *Rentes achetées d'œuvres de bienfaisance.*

___. Bulletin d'interprétation (IT-288R2). 1995. *Dons d'immobilisations à des organismes de bienfaisance et à d'autres entités.*

___. Bulletin d'interprétation. (IT-110R3) 1997. *Dons et reçus officiels de dons.*

___. (T4063) 1997. *L'enregistrement d'un organisme de bienfaisance aux fins de l'impôt sur le revenu.*

Stephens, Glenn. 1997. "Expanding Horizons for Charitable Giving with Life Insurance." Marketing Options. (13): 10-13.

Walker, J. "Cause marketing: the new approach in corporate donating," *The Financial Post.* (November 23, 1996) p. 31.

Notes

[1] Le coût de la production de logements abordables est évalué à plus de 100 000 $ par logement dans les grands centres urbains du Canada.

[2] Le CCPPPH publie également un bulletin trimestriel gratuit portant sur les pratiques exemplaires dans le contexte des partenariats pour l'habitation, les solutions qui ont donné de bons résultats, les mesures à prendre pour le financement, des renseignements importants sur les contacts, les prochains événements relatifs au logement abordable et les possibilités de réseautage.

[3] En décembre 1997, l'ensemble du portefeuille de logement social de la SCHL comptait 645 000 logements. À ce nombre s'ajoutent 83 000 logements construits dans le cadre de programmes provinciaux unilatéraux, dont 65 000 qui ont été construits en Ontario entre 1987 et 1996; 3 700 en Colombie-Britannique, entre 1994 et 1997 et 14 000 en Alberta, dans le cadre d'un programme de logement des aînés, pendant les années 1970.

[4] Le Répertoire canadien des fondations et des subventions de 1996-1997 énumère 21 fondations canadiennes dont l'un des domaines d'intérêt et de subventionnement est le logement.

[5] L'expression « troisième secteur » désigne souvent le secteur sans but lucratif. Lester Salmon parle d'un « énorme éventail d'organismes privés qui ne cherchent pas à distribuer les profits à des actionnaires ou des administrateurs et qui poursuivent des objectifs publics en dehors de l'appareil officiel de l'État ». *Foreign Affairs*, 73, 4 (août) 1994.

[6] Le secteur bénévole est une industrie d'une valeur de 90 milliards de dollars qui emploie 1,4 million de Canadiens, dessert 10 millions de clients et attire environ 6 millions de bénévoles.

[7] Centre canadien de philanthropie, 1995, Research Bulletin, volume 2, no 5.

[8] En 1993, les organismes de bienfaisance du Canada ont reçu des particuliers des dons se chiffrant à 8,2 milliards de dollars et ont émis des reçus pour un montant de 6,6 milliards de dollars. Les particuliers n'ont réclamé des déductions fiscales que pour 4,5 milliards de dollars de dons.

[9] Les donateurs qui ont un revenu plus élevé ont tendance à faire des dons plus importants que ceux qui ont un faible revenu, mais ils ne donnent pas un pourcentage plus grand du revenu de leur ménage avant impôt.

[10] Si les Canadiens font des dons de charité plus importants en vieillissant, c'est peut-être dû davantage à des facteurs économiques qu'à des facteurs sociaux. Autrement dit, les jeunes Canadiens dont le revenu augmente auront davantage tendance à consacrer cet argent supplémentaire à l'achat de biens durables ou d'une automobile, à un prêt hypothécaire, etc.

[11] Une bonne partie de cette augmentation peut être attribuée au changement dans le montant maximum des dons de charité donnant droit à un crédit d'impôt. Néanmoins, l'augmentation des dons qui ont fait l'objet d'une déduction d'impôt ne reflète pas nécessairement une augmentation des dons reçus par les organismes de bienfaisance. En 1996, 26,9 % des contribuables ont demandé la déduction pour dons de charité contre 26,7 % l'année précédente.

[12] Selon les estimations, les appels que les organismes de bienfaisance et sans but lucratif lancent au secteur privé ont augmenté d'au moins 7 % par an depuis 1994. La Banque royale a reçu 15 000 demandes d'aide rien qu'en 1997.

[13] Étant donné la complexité des lois fiscales, nous conseillons aux lecteurs d'obtenir les conseils d'un fiscaliste pour évaluer et appliquer les dispositions fiscales se rapportant aux levées de fonds.

[14] Certaines provinces et particulièrement le Québec ont des lois fiscales différentes des lois fiscales fédérales. Nous conseillons aux lecteurs d'obtenir les conseils d'un fiscaliste professionnel à cet égard.

[15] Davis Sharpe, du Centre canadien de philanthropie, souligne plusieurs inconvénients du système qu'utilise l'Agence des douanes et du revenu pour la classification des organismes de bienfaisance. Il s'agit de l'absence de distinction entre les fondations et les organismes de bienfaisance, de l'absence de codes pour plusieurs types d'organismes de bienfaisance, d'un système de codage qui ne tient pas compte des nombreuses activités auxquelles se livrent certains organismes et du regroupement des organismes grands et petits du même secteur, ce qui entraîne une distorsion des statistiques en faveur des institutions de grande envergure.

[16] Ce rapport sur la Phase I n'examine pas le bénévolat. Selon les estimations, 4 à 5 millions de Canadiens font du travail bénévole chaque année donnant plus d'un milliard d'heures de leur temps, ce qui équivaut à 617 000 emplois à plein temps.

[17] Les donateurs seraient-ils plus généreux si le gouvernement leur offrait un crédit d'impôt plus important? Dans le cadre de l'Enquête nationale sur le don, le bénévolat et la participation, 45 % des répondants qui ont fait un don annuel de plus de 150 $ ont dit qu'ils seraient plus portés à augmenter le montant de leurs dons contre 30 % des donateurs qui ont fait un don annuel de moins de 30 $.

[18] Il faut souligner que pour les contribuables à revenu modeste, l'économie d'impôt peut être plus importante que le montant du don multiplié par leurs taux d'imposition marginaux fédéral et provincial combinés. Cela découle du fait que le crédit d'impôt de base vaut à peu près la même chose pour chaque contribuable et ne dépend pas de la tranche d'imposition. C'est un avantage qui pourrait être souligné aux donateurs à revenu modeste.

[19] Après cinq ans, le gouvernement fédéral réexaminera la disposition réduisant le taux d'inclusion de 75 % à 37,5 %. Si cette disposition est jugée inefficace pour augmenter les dons et répartir les dons supplémentaires plus équitablement entre les organismes de bienfaisance, elle expirera le 31 décembre 2001.

[20] Au Québec, le traitement fiscal des dons à la Couronne et aux autres organismes de bienfaisance reste inégal. Les contribuables de cette province peuvent donc trouver avantageux de faire des dons plus importants à des organismes de bienfaisance de la Couronne.

[21] L'annexe IV fournit des renseignements supplémentaires sur les « dons par anticipation » qui prennent davantage d'importance au Canada.

[22] Les Canadiens font également des dons sous diverses autres formes pour lesquels ils ne reçoivent pas de reçu aux fins de l'impôt. Il s'agit notamment d'achat de marchandises telles que des tablettes de chocolat ou de billets de tombola ou de leur participation à des bingos ou casinos au profit d'œuvres de bienfaisance. La valeur totale de ces dons a été estimée à 1,28 million de dollars en 1997.

[23] La SCHL publie périodiquement des études sur les conditions de logement des ménages, mais il ne semble pas y avoir au Canada d'organismes qui fournissent un bulletin crédible comme celui que nous envisageons.

[24] Le transfert de richesse d'une génération à l'autre se fait de diverses façons, par exemple sous la forme de dons immédiats, de transferts de REER et de FEER, d'assurance-vie, de legs, etc.

[25] Selon un article paru en 1996 dans le Financial Post, les donateurs qui veulent assurer la permanence de leurs legs se tournent de plus en plus vers les fondations communautaires. L'article ajoutait que le nombre de fondations communautaires a presque doublé au Canada passant de 43 en 1993 à 70 en 1995. Au cours de la même période, le capital des fondations est passé de 540 millions à 670 millions de dollars.

[26] Avant 1996, les donateurs d'assurance-vie n'avaient pas droit à un crédit d'impôt pour les dons dépassant 20 % de leur revenu net. Les dons excédentaires pouvaient être reportés sur cinq ans. L'année du décès, les dons excédentaires, y compris les dons faits par testament, pouvaient être reportés rétroactivement d'un an.

[27] Le budget québécois de 1998 a modifié les limites de contribution et le crédit d'impôt pour don de charité accordé aux contribuables du Québec.